



# fög discussion papers

GL-2006-0008

## Medien und Öffentlichkeit

Kurt Imhof

\* fög / Universität Zürich

September 2006

ISSN 1661-8459

Forschungsfeld:  
**Grundlagentexte**

Zitierhinweise/Citation:

Kurt Imhof (2006): Medien und Öffentlichkeit. fög discussion paper GL-2006-0008. fög-Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft, Zürich.

fög-Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft

Andreasstrasse 15

8050 Zürich

Tel. +41 44 635 21 11

Mail [kontakt@foeg.unizh.ch](mailto:kontakt@foeg.unizh.ch)

Web [http://www.foeg.unizh.ch/foeg\\_discussion\\_papers/](http://www.foeg.unizh.ch/foeg_discussion_papers/)

Zusammenfassung

## **Medien und Öffentlichkeit**

Kurt Imhof

Dieser Beitrag fokussiert die Öffentlichkeit moderner Gesellschaften mit den ihr inhärenten Normen, Funktionen, Kommunikationsflüssen und Akteuren unter besonderer Berücksichtigung der Medien. Die Medienorganisationen stellen diese öffentliche Kommunikation auf Dauer und machen dadurch die Gesellschaft für ihre Mitglieder beobachtbar und durch Intervention gestaltbar. Ein besonderes Augenmerk gilt dem neuen Strukturwandel der Öffentlichkeit, denn die damit verbundene Ausdifferenzierung der Medienorganisationen aus dem politischen System hat grundsätzliche Änderungen der politischen Kommunikation und der Beziehung zwischen Politik und Medien zur Folge.

*Schlüsselwörter: Medien, Öffentlichkeit, neuer Strukturwandel der Öffentlichkeit, Ausdifferenzierung der Medienorganisationen aus dem politischen System, Politik und Medien*

Wenn wir als zentralen Wert der Moderne die ›demokratische Selbstherrschaft‹ bezeichnen, dann ist damit impliziert, daß eine Gesellschaft auf sich selbst einwirken kann. Um dies zu können, braucht es für die Bürgerinnen und Bürger einen *politischen Begriff von ›ihrer‹ Gesellschaft* und die Wahrnehmung eines gemeinsamen politischen Geltungsbereichs. Diesem dient das *Handlungssystem Politik*, das in der Lage sein muß, über allgemeinverbindliche Entscheidungen in diesem Geltungsbereich Ordnungsprobleme zu bearbeiten. Der Wert ›demokratische Selbstherrschaft‹ impliziert weiter, daß dieses Handlungssystem Politik nicht in seinem parlamentarischen Kern gefangen bleibt, sondern *daß die Annahme gerechtfertigt ist, daß sich die Bürgerinnen und Bürger im Sinne Kants als Autoren der Gesetze und Institutionen betrachten können, denen sie sich selbst unterwerfen* (Habermas 1992, S. 399-467; Imhof / Blum / Bonfadelli / Jarren 2005).

Beides, der politische Begriff von ›ihrer‹ Gesellschaft wie die Möglichkeit, daß diese Bürgergesellschaft auf sich selbst einwirken kann, setzt öffentliche Kommunikation voraus. In dieser Öffentlichkeit, und nur in dieser, ist das, was wir in politischem Sinne Gesellschaft nennen, beobacht- und gestaltbar. Dies wiederum bedingt die *Verschränkung des politischen Begriffs der ›eigenen‹ Gesellschaft (Gemeinsamkeitsglaube)* auf Seiten der Bürgerinnen und Bürger mit dem territorialen *Geltungsbereich des Handlungssystems Politik* und dem *›Raum‹ der politischen Öffentlichkeit*. Diese Verschränkung von politischer Öffentlichkeit, politisch-rechtlichem Geltungsbereich sowie Gemeinsamkeitsglauben geht auf die deliberativen, die politisch-rechtlichen und die sozialintegrativen Normen zurück, die die Moderne dem Aufklärungsverständnis von Öffentlichkeit verdankt (Imhof 2003, S. 25-57). Die empirische Wirkmächtigkeit der Aufklärung zeigt sich darin, daß diese Normen den modernen Rechtsstaat prägen und nach wie vor Geltung beanspruchen (Peters 1993; Jarren 2000, S. 22-41). Allerdings ließen sich diese bisher nur im *demokratischen Nationalstaat* einigermaßen umsetzen. In diesem Ordnungsrahmen vollzog sich die Verbindung der Idee der Nation, d. h. eines identitätsstiftenden »Gemeinsamkeitsglaubens« (Max Weber) mit dem auf einer Rechtsordnung basierenden Territorialstaat. Dieser Prozeß konnte sich *nur* durch die Herausbildung einer *politischen Öffentlichkeit* vollziehen. In welcher unvollkommener Form auch immer, aber sowohl in den ethnisch-sprachnationalen wie den eher demotisch orientierten Nationalbewegungen (Lepsius, S. 751-776) an und ab der

Schwelle zur Moderne mußte die Forderung nach Selbstbestimmung auf die deliberative, die politisch-rechtliche und die sozialintegrative Dimension des Aufklärungsverständnisses von Öffentlichkeit und die daraus hervorgehenden Bürgerrechte abgestützt werden. Die Aufklärungsbewegung schuf somit die entscheidenden Unterscheidungen im Möglichkeitshorizont der Moderne. In den gescheiterten wie in den erfolgreichen Revolutionen mußte das deliberative Moment *freier öffentlicher Kommunikation* mit der politisch-rechtlichen *Emanzipation der Untertanen zu Bürgern* eines territorial definierten Rechtsstaats mit der sozialintegrativen Dimension eines *Volkes als Souverän* verbunden werden. Entsprechend bilden die Basisnormen der Moderne das wirkungsgeschichtlich relevante ›Schnittmuster‹ der modernen Gesellschaft. Auf dieser Basis erheben sich durch die ganze Moderne hindurch die demokratietheoretisch zentralen Fragen inwieweit die Vernunft in den unvollkommenen Strukturen und Prozessen öffentlicher Kommunikation gegen die »Kulturindustrie«, gegen Partikulärinteressen bzw. gegen die »Ideologie der Herrschenden« zur Geltung kommen kann, inwieweit die politisch Gleichen tatsächlich gleichberechtigt partizipieren können und inwieweit die demokratische Selbstherrschaft des Souveräns nicht den Preis einer Tyrannei der Mehrheit auf Kosten marginalisierter Minderheiten und unterdrückter Bürger- und Menschenrechte entrichtet. Erst wenn diese Kritik verstummt, ist die Moderne gescheitert und es mag sich die Rede von der Postmoderne rechtfertigen.

Die im modernen Öffentlichkeitsverständnis enthaltene normative Kraft macht es notwendig die sozialtheoretische Konzeptualisierung von Öffentlichkeit unter Berücksichtigung der Norm- und Wertdimensionen der Aufklärung aufzunehmen. Der Gehalt dieser normativen Maßstäbe läßt sich pragmatisch in den wie auch immer unvollkommenen Strukturen und Flüsse der real existierenden öffentlichen Kommunikation analysieren. Zuerst werden die kommunikative Infrastruktur und die öffentliche Kommunikation der modernen Gesellschaft hinsichtlich der *Kommunikationsflüsse und Akteure* beschrieben (1. Kommunikationsflüsse und Akteure). Dann werden die aus den erwähnten drei normativen Dimensionen hervorgehenden *Funktionen der Öffentlichkeit* diskutiert, die die moderne Gesellschaft zu ihrer Reproduktion benötigt (2. Funktionen der Öffentlichkeit). Vor diesem Hintergrund wird schließlich der *neuen*

*Strukturwandel der Öffentlichkeit* hergeleitet (3. Neuer Strukturwandel der Öffentlichkeit).

## 1 Kommunikationsflüsse und Akteure

Öffentlichkeit läßt sich als Netzwerk von Kommunikationsflüssen beschreiben, die in verschiedenen Arenen zusammenfließen (Habermas 1992, 399-468; Peters 1993; Imhof 1993, S. 11-60). Diese Arenen öffentlicher Kommunikation bestimmen maßgeblich die Möglichkeitsspielräume von individuellen wie kollektiven Akteuren (Organisationen) und dieses Netzwerk von Kommunikationsflüssen und Arenen wird wiederum maßgeblich generiert durch die wichtigsten Organisationen nicht nur, aber vorab der zentralen Teilsysteme Politik, Ökonomie und Medien zum einen, sowie nicht-etablierter, »zivilgesellschaftlicher« Akteure zum anderen. Damit ist die Öffentlichkeit auf Akteur- und Organisationskommunikation zurückgeführt und gleichzeitig wird diese Akteur- und Organisationskommunikation um ihr prozeßförmiges Aggregatsprodukt, die öffentliche Kommunikation ergänzt. Diesem Aggregatsprodukt also den elementaren Prozessen öffentlicher Kommunikation gilt zuerst die Aufmerksamkeit.

Die öffentliche Kommunikation fließt in Gestalt von nicht abreißenden *Wellen von Kommunikationsereignissen* in den Arenen des öffentlichen Aufmerksamkeitswettbewerbs.<sup>1</sup> Hier findet das gesellschaftsweite, das segmentär-stratifikatorische bzw. milieuspezifische, das für Lebensstilgruppen oder für funktional differenzierte Experten-kulturen relevante Agendasetting und -building unter beständiger Beobachtung einer faktisch unterschiedlich begrenzten, prinzipiell jedoch nicht zu begrenzenden Anzahl von Akteuren statt. Diese Akteure orientieren ihre *private oder öffentliche Anschlußkommunikation* an diesen Kommunikationsereignissen gemäß ihren Interpretationsressourcen, ihren Interessen und ihrer Definitionsmacht, sie werden bei ihrer öffentlichen Anschlußkommunikation an diese Kommunikationsereignisse wieder beobachtet, sie wissen um diese Beobachtung und sie richten ihre Äußerungen daran aus (Gerhards / Neidhardt 1990, S. 90-101). Wenn man also diese in Arenen gegliederte Öffentlichkeit selbst beobachtet, dann lassen sich die Regularitäten, Diskontinuitäten und Inhalte der

---

1     Kommunikationsereignisse sind die Sinneinheiten, auf die wir uns beziehen, wenn wir auf die öffentliche Kommunikation rekurrieren. Sie fokussieren die Aufmerksamkeit und bilden im Aggregat die Aufmerksamkeitsstrukturen der gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit. Kommunikationsereignisse lassen sich durch ihren Aktualitätsbezug auszeichnen. Aktualitätsbezüge sind semantisch mit datierbaren Handlungen und Ereignissen sowie adressierbaren Personen und Ereignisräumen verknüpft.

permanenten Aufmerksamkeitsfokussierung und des permanenten Aufmerksamkeitszerfalls in ihrem Wandel ebenso erfassen wie ihr deliberativer, politisch-rechtlicher und sozialintegrativer Gehalt (Imhof 2003a, S. 25-67).

Die in verschiedene Arenen gegliederte öffentliche Kommunikation geht nicht in den Massenmedien auf. Die Kommunikationsereignisse in den Netzwerken und Arenen konstituieren sich und finden Anschlußkommunikation auf den Ebenen der Interaktionskommunikation, der Versammlungskommunikation wie der massenmedialen Kommunikation. Auf diesen drei Ebenen variieren die Publikums- und Kommunikatorrollen, die Strukturierung, Professionalisierung und die Nachhaltigkeit öffentlicher Kommunikation (Neidhardt 1994, S. 7-41, Gerhards 1994, S. 77-105). Neben der Interaktionskommunikation und der Versammlungskommunikation sind die Medien »nur« spezialisierte Organisationen eines eigenlogischen Teilsystems (Jarren 1998, S. 74-96). Sie stellen jedoch öffentliche Kommunikation auf Dauer und machen sie gesellschaftsweit beobachtbar. Insbesondere ermöglichen die gedruckten und elektronischen Leitmedien gesellschaftsweite Resonanz, indem sie Kommunikationsereignisse aus den Kommunikationsflüssen und Arenen aufnehmen, kanalisieren oder auslösen. Die Leitmedien öffentlicher Kommunikation unterscheiden sich in ihrer Osmotik gegenüber regionalen, nationalen oder transnationalen Kommunikationsflüssen. Im Masse der Ausdifferenzierung nationaler, später transnationaler Öffentlichkeiten entstehen nationale und national-transnationale Leitmedien wechselseitiger Beobachtung. Die medienvermittelte öffentliche Kommunikation ist dadurch gekennzeichnet, daß sie ausgesprochen selbstreferentiell und redundant ist, d. h. sie bezieht sich selbst wiederum auf öffentliche Kommunikation und zwar unter Berücksichtigung von wahrgenommenen Betroffenheiten, definitionsmächtigen Akteuren, Nachrichtenwerten und politischen Relevanzen.

Betrachtet man die Entwicklung der modernen Öffentlichkeit hinsichtlich der wichtigsten Akteure, dann entsteht diese durch die Aufklärungsbewegung und wird durch sie mit den deliberativen, politisch-rechtlichen und sozialintegrativen Ansprüchen verbunden. In ihrer »Urform« nimmt die Öffentlichkeit zunächst die Gestalt von Versammlungen an, während den Periodika der Aufklärungsgesellschaften die Aufgabe zufällt, die Kommunikationsflüsse in und zwischen diesen Versammlungsöffentlichkeiten aufrechtzuerhalten. Neben der Begründung der politischen Institutionen des

Rechtstaates unter dem Druck neuer politischer Akteure – zunächst dem Aufklärungsliberalismus, dann der Nationalbewegungen – und der Entstehung neuer, mit den politischen Akteuren verbundene Organe, ist für die kommunikative Infrastruktur auch die Ausdifferenzierung der Marktwirtschaft konstitutiv. Mit dieser Entkoppelung der Ökonomie von der Politik an der Schwelle zur Moderne ist die Bedingung für die spätere Ausdifferenzierung des Mediensystems vom politischen System gegeben. Neben den politischen Organisationen etablieren sich auch kommerziell orientierte Unternehmen und die Medienorganisationen als Akteure, die sich je auf unterschiedliche Publikumsrollen beziehen und öffentliche Kommunikation über Kommunikationsereignisse maßgeblich herstellen:

- Bei den *politischen Organisationen* (Regierung, Parlament, parlamentarische Fraktionen Behörden, Parteien und Verbände) handelt es sich um Bestandteile des politischen Systems, welches über die Parteien und Verbände gegenüber der Zivilgesellschaft offen ist. Der Kommunikationsadressat der politischen Organisationen ist, neben der eigenen Klientel, das *Staatsbürgerpublikum* in seiner politischen Rolle als Souverän. Zu diesem Zweck haben diese Organisationen spezialisierte Kommunikatorrollen ausdifferenziert und sie interagieren mit PR- und Marketing-Organisationen, die sich auf Politik spezialisiert haben (Sarcinelli 1998; Jarren / Sarcinelli / Saxer 1998).
- Die Unternehmen sind Bestandteile des Wirtschaftssystems. Im Wettbewerb um Aufmerksamkeit und Sozialprestige kann kein Unternehmen auf öffentliche Kommunikation verzichten. Der Kommunikationsadressat ist neben den Mitarbeitern und Kapitaleignern in der Regel das nach Kaufkraft-, Bildungs- und Lebensstilgruppen gegliederte Publikum in seiner *Konsumentenrolle*. Darüber hinaus läßt sich beobachten, daß die Unternehmen insbesondere im Rahmen von ›Krisenkommunikation‹ zur Wiederherstellung ihrer Reputation neben weiteren ›Stakeholder‹ auch das Staatsbürgerpublikum ansprechen. Auch für diese Zwecke wurden spezialisierte Kommunikatorrollen bzw. Teilorganisationen ausdifferenziert (Personalabteilungen, Marketing-, PR-Agenturen und Corporate-Communications-Abteilungen) (<sup>Szyszka</sup> 1999; Röttger 2001; Eisenegger 2005).



- Die öffentlich-rechtlichen und privaten Medienorganisationen schließlich entwickelten sich im ›neuen‹ Strukturwandel der Öffentlichkeit zu einem ausdifferenzierten Mediensystem, das die Funktion der Beobachtung der Gesellschaft für ihre Mitglieder und für ihre teilsystemspezifischen Organisationen sichert. Im Zuge des Autonomiegewinns der Medien von ihren politischen und religiösen Bindungen transformierte sich der Kommunikationsadressat der Medien sukzessiv vom Staatsbürgerpublikum und der Klientel ›ihrer‹ einstigen Parteien und Verbände hin zu einem Publikum, das ebenfalls nach Kaufkraft, Bildung und Zugehörigkeit zu Lebensstilgruppen gegliedert, in seiner *Medienkonsumentenrolle* angesprochen wird. Die Medienorganisationen haben sich auf die öffentliche Kommunikation über alle Teilsysteme spezialisiert, sind entsprechend binnendifferenziert und sie betreiben ihr Agendabuilding und -setting maßgeblich durch wechselseitige Beobachtung (Jarren / Schatz / Weßler 1998; Imhof / Blum / Bonfadelli / Jarren 2004).

Die am Staatsbürgerpublikum orientierten politischen Organisationen und die am Konsumenten interessierten Unternehmen sowie die auf die Medienkonsumenten fixierten Medien befinden sich in einem spannungsreichen *wechselseitigen Abhängigkeitsverhältnis*. Sie sind ökonomisch sowie bezüglich der Herstellung von legitimen Entscheidungen, Bekanntheit und Reputation aufeinander angewiesen. Öffentlichkeit wird maßgeblich im historisch variablen Interdependenzverhältnis der auf Publizität angewiesenen Organisationen aus den Teilsystemen Politik, Medien und Wirtschaft generiert.

Von diesen etablierten Organisationen gilt es nicht-etablierte Akteure in Form von sozialen Bewegungen und Protestparteien zu unterscheiden:

- Diese zivilgesellschaftlichen Akteure sind an den Verfahren der Machtallokation innerhalb der Arena des politischen Systems in der Regel nicht beteiligt, weder an das Wirtschaftssystem noch an das Mediensystem gekoppelt und verfügen über keine gewachsene Reputation. Aufmerksamkeit, also Resonanz können sie nur über Aktionsformen realisieren, die ihre Themen medienwirksam in die politische Kommunikation einbringen. Die Aufmerksamkeitschancen solcher nicht-eta-

blierter politischer Akteure sind über die Zeit ungleich verteilt. Sie sind insbesondere in Perioden der Aktivierung der öffentlichen Kommunikation von zentraler Bedeutung (Schmitt-Beck 1990, S. 642-662; Habermas 1992, S. 399-468; Rucht 1994, S. 337-358).

Neben genannten Akteuren sind auch die Wissenschaft, die Religion und die Kunst Bestandteile der kommunikativen Infrastruktur der modernen Gesellschaft. Im Unterschied zu allen anderen Handlungsbereichen und der öffentlichen Kommunikation, beschränkt sich ihre professionelle Binnen- und Außenkommunikation auf je eine Grundeinstellung zur Welt. Die Expertenkulturen der Wissenschaft konzentrieren sich auf den kognitiven Bezug zu einer Welt realer Sachverhalte. Die Expertenkulturen der religiösen Sphäre beschränken sich nach der Säkularisierung auf (moralische) Bezugnahmen zur sozialen Welt legitimer Normen und Werte und die Produzenten und Rezipienten der Kunst sind auf die Auseinandersetzung über die Authentizität, Originalität und Schönheit von Expressionen subjektiver Innerlichkeit fokussiert. Sie rekurrieren damit implizit oder explizit auf reflexive Weise auf die innere Welt subjektiver Gefühle, Assoziationen und Eindrücke.

- Der je spezifischen Weltbezug auf die objektive, die soziale und die subjektive Welt (Habermas 1982, S. 367-452) in den Arenen der Sphären Wissenschaft, Religion und Kunst ermöglicht den zivilgesellschaftlichen Akteuren mit den kognitiven, normativen und expressiven Aspekten ihrer Leitbilder gegenüber der politischen Öffentlichkeit vorausseilende und nachhaltigere Resonanz. Außerdem werden die elementaren Freiheitsansprüche der Wissenschaft, der Religion und der Kunst in diesen drei Sphären auf Dauer gestellt und institutionell stabilisiert. Indem sich Wissenschaft, Religion und Kunst auf je eine Einstellung zur Welt spezialisieren, während insbesondere in der Arena der politischen Öffentlichkeit stets alle Weltbezüge Geltung beanspruchen, stehen sie in einem *Spannungsverhältnis* zu – und in – den modernen Gesellschaften, das die Fragilität und Innovativität des sozialen Wandels mitbedingt (Imhof 2005).

In den Regressionsperioden der Moderne hinter ihre Aufklärungsdimensionen, wurden die Freiheiten dieser Handlungssphären regelmäßig beschränkt, weil die hartnäckige Einseitigkeit ihrer Weltbezüge einer totalitären Vereinnahmung der öffentlichen Kommunikation entgegensteht. Indem Wissenschaft, Religion und Kunst je den Geltungsanspruch der Wahrheit, der normativen Richtigkeit und der Wahrhaftigkeit an allgemeinverbindliche Problemlösungsprozesse herantragen können, verschaffen sie der modernen Gesellschaft ein institutionell abgesichertes Reflexionswissen, auf das die öffentliche Kommunikation zurückgreifen kann bzw. auf das die öffentlicher Kommunikation, dann und wann gestoßen wird.

Das im Strukturwandel der Öffentlichkeit historisch variable, immer jedoch normativ formatierte Interdependenzverhältnis der auf Publizität angewiesenen Organisationen vorab aus den Teilsystemen Politik, Medien und Wirtschaft, die unterschiedlichen Aufmerksamkeitschancen ›zivilgesellschaftlicher‹ Akteure (Krisen- und Umbruchperioden sozialen Wandels) und die Spannungspotentiale durch die vereinseitigten Weltbezugnahmen der institutionell stabilisierten Handlungssphären Wissenschaft, Religion und Kunst verweisen auf die Notwendigkeit eines dreifachen analytischen Zugriffs auf die Öffentlichkeit: Öffentliche Kommunikation ist erstens in den elementaren *Norm- und Werthorizont* der Moderne eingebettet, sie wird zweitens *von strukturellen Prozessen* der Ausdifferenzierung von – und den Interdependenzdynamiken zwischen – Handlungssystemen und ihren Organisationen als auch drittens *durch die Dynamik von Kommunikationsereignissen bestimmt*. Diese *Kommunikationsereignisse werden von* nicht-etablierten und etablierten Akteuren (unter Einschluß der Medienorganisationen) ausgelöst oder bearbeitet, sie können aber in ihrer Karriere von keinem Akteur vollständig kontrolliert werden.

## 2 Funktionen der Öffentlichkeit

Die Öffentlichkeit erfüllt für die moderne Gesellschaft Grundfunktionen ihrer Reproduktion. Diese Funktionen sind an die normativen Dimensionen des Aufklärungsverständnisses von Öffentlichkeit geknüpft und sind Voraussetzung demokratischer Selbstherrschaft. Es wurde bereits gezeigt, daß die Demokratie die *Verschränkung* eines identitätsstiftenden politischen *Begriffs der ›eigenen‹ Gesellschaft* auf Seiten der Bürgerinnen und Bürger mit dem *Geltungsbereich des Handlungssystems Politik* und dem *›Raum‹ der politischen Öffentlichkeit* bedingt. Nur unter dieser Voraussetzung

kann sich eine Auswahl und Validierung von Problemen zu Handen allgemeinverbindlicher Problembearbeitungsprozessen in legitimen Institutionen unter der Bedingung notwendiger Loyalitäts- und Partizipationsdispositionen auf seiten der Bürgerinnen und Bürger vollziehen. Dieser Prozeß vollzog sich durch die Genese einer politischen Öffentlichkeit. Ohne Öffentlichkeit keine moderne Gesellschaft.

Dies läßt sich *erstens* klar machen, durch die Einsicht in die wie auch immer reduzierte *deliberative Funktion* der Öffentlichkeit. Die öffentliche Kommunikation stellt den Entdeckungs- und Validierungszusammenhang von Problematisierungen in der modernen Gesellschaft dar und sorgt, abgestützt auf die elementaren Bürgerrechte der Meinungs-, Versammlungs- und Pressefreiheit, für eine begründbare Rationalitätserwartung gegenüber Problemauswahl- und -bearbeitungsprozessen.

*Zweitens* haben wir es mit der politisch-rechtlichen Funktion der Öffentlichkeit zu tun. Sie sichert, ebenfalls abgestützt auf die elementaren Bürgerrechte unter Einschluß des Stimm- und Wahlrechts, die Legitimation politischer Macht, politischer Problembearbeitungsprozesse und eines (historisch trägen, aber doch variablen) politisch-rechtlichen Geltungsbereichs.

*Drittens* haben wir es mit der Funktion der Integration zu tun: Indem die Öffentlichkeit das einzige Zugangportal der Gesellschaft für ihre Mitglieder darstellt, verdankt sich ihr die Selbstwahrnehmungsfähigkeit der Bürgerinnen und Bürger als Rechtsgenossen eines Gemeinwesens bedingter Souveränität und Problemlösungsfähigkeit. Die Praxis dieser Funktionen läßt sich wie folgt beschreiben:

- *Deliberative Funktion von Öffentlichkeit: Entdeckungs- und Validierungszusammenhang von Problematisierungen, rationale Willens- und Entscheidungsprozesse.* Angestoßen und aufrechterhalten durch die zentralen Akteure der kommunikativen Infrastruktur kandidieren in diesem Netzwerk von Arenen und Kommunikationsflüssen in Gestalt von Kommunikationsereignissen permanent Problematisierungen des guten und gerechten Lebens um Aufmerksamkeit. Öffentlichkeit bildet auf diese Weise zunächst *den Entdeckungs- und Validierungszusammenhang* der modernen Gesellschaft. Im Masse seiner deliberativen Qualität erlaubt es dieses seismographische Instrument, Probleme gesellschaftsweit wahrzunehmen und dem politischen System zur Bearbeitung aufzugeben.

Diese Problematisierungsfunktion öffentlicher Kommunikation ist charakterisierender Bestandteil der Selbststeuerung der modernen Gesellschaft. Problematisierungen des Bestehenden, die im Medium öffentlicher Kommunikation genügend Aufmerksamkeit akkumuliert haben, bilden einen *Input* für das politische System, das dann seine Prozeßroutinen unterbrechen muß, um sich dem problematisierten Zusammenhang verfahrensreguliert zuzuwenden. Auf diese Weise wird akkumulierte Aufmerksamkeit – also Definitionsmacht – in politische Macht verwandelt (Habermas 1992, S. 460-464; Peters 1993, S. 344-353; Weßler 1999). Es sind dies die Momente, in denen sich die Öffentlichkeit durch konfliktinduzierte Kommunikationsverdichtung hinsichtlich eines Problemzusammenhangs soweit *aktiviert*, daß die *Inputschwelle* in das politische System direkt überwunden wird. Dadurch wird das entsprechende Kommunikationsereignis im *Troughput-Prozeß* des parlamentarischen Verfahrens erweitert, d. h. die Deliberation im Parlament unterliegt der besonderen Aufmerksamkeit im Medium der öffentlichen Kommunikation. Kommunikationsereignisse dieses Typs sind dadurch gekennzeichnet, daß der Zusammenhang zwischen der öffentlichen Kommunikation und der parlamentarischen Deliberation besonders eng ist. Dies bezieht sich entsprechend auch auf die kritische Validierung des rechtsförmigen *Outputs* des politischen Systems, der allgemeinverbindlichen Problemlösung, in der Sprache des Rechts. In der vergleichenden Beobachtung von solchen Entdeckungs-, Validierungs-, Willens-, Entscheidungs- und Rechtssetzungsprozessen im Modus aktivierter Öffentlichkeit wird evident, daß diese eine paradigmatische Qualität auch für allgemeinverbindliche Problemlösungen haben, bei denen die öffentliche Kommunikation im Modus einer niederschweligen, passiven Beobachtung des politischen Verfahrens verharrt. Die Deliberation im Parlament wie deren öffentliche Berichterstattung rekuriert dann auf die Meinungslandschaften, die sich in inhaltlich anschließbaren Entscheidungsbildungen aktivierter öffentlicher Kommunikation konstituiert haben. Im Rahmen der Verfahren im Modus eher passiver öffentlicher Beobachtung (Dahrendorf 1969) genügt es, daß das politische System über Parteien und Verbände, zivilgesellschaftliche und staatliche Organisationen sowie über Wahlen und allenfalls Abstimmungen mit den verschiedenen Sphären

funktional, stratifikatorisch und segmentär gegliederter moderner Gesellschaften rückgekoppelt und rechtstaatlich verankert ist. Dies ist die Voraussetzung dafür, daß das politische System als Output auf legitime Weise allgemeinverbindliche Entscheidungen fällen kann. Im aktivierten wie im passiven Modus öffentlicher Kommunikation gilt, daß sich *Definitionsmacht* in den Prozeßroutinen des politischen Systems in *politische Macht* verwandelt und diese wird wiederum in der *Sprache des Rechts* steuerungswirksam. In der öffentlichen Problematisierung bestehender Zustände, Handlungen, Akteure und Institutionen, im erfolgreichen, d. h. resonanzreichen Hinweis auf Widersprüche zwischen Sein und Sollen, im permanenten Wettbewerb der Betroffenheiten und in der Kontrolle politischer Herrschaft wird, unter Einschluß aller Formen symbolischer Politik (Sarcinelli 1987), der wesentliche Teil der Politik, derjenigen, der sichtbaren – also öffentlichen – Politik hergestellt. Auch die Formen der Arkanpolitik orientieren sich an den Inhalten öffentlicher Politik.

- *Politisch-rechtliche Funktion von Öffentlichkeit: Legitimation politischer Macht, politischer Entscheidung und (historisch variabler) politischer Geltungsbereiche:* Die Öffentlichkeit wird in Bezug auf die demokratische Selbstherrschaft durch eine Arena dominiert: die politische Öffentlichkeit. In ihr können potentiell alle Kommunikationsereignisse beliebiger Arenen Resonanz finden, ihre Osmotik bestimmt in der stratifikatorischen, segmentären und funktionalen Dimension der Differenzierung der modernen Gesellschaft, die Durchlässigkeit von Kommunikationsflüssen aus den verschiedenen Arenen. Im Masse dieser Durchlässigkeit kommt den Wahlen, den Institutionen des demokratischen Rechtsstaates, den verfahrensregulierten Entscheidungsprozessen und allenfalls den Abstimmungen Legitimität zu. Diese speist sich nach wie vor aus den Bürgerrechten, die die Emanzipation der Untertanen zum Souverän verkörpern und die Legitimität basiert auf dem Öffentlichkeitsprinzip demokratischer Herrschaftspraxis. Weil sich das politische System auf einen territorialen Geltungsbereich und einen dadurch definierten Souverän bezieht, hat die politische Öffentlichkeit in ihrer politisch-rechtlichen Funktion *einen segmentären Charakter* und wir finden sie im Plural: Die föderale Struktur vieler Nationalstaaten zeigt, wie ›binnenföderale‹ politische Öffentlichkeiten aufeinander reagieren und markiert damit den Pfad auf

dem sich auch eine transnationale Öffentlichkeit, getragen durch transnationale, konfliktuelle Kommunikationsereignisse einerseits und mit Bezug auf transnationale politische Machtzentren andererseits, entfalten kann. Die segmentären politischen Öffentlichkeiten stehen damit in einer osmotischen Interdependenz bei grenzüberschreitenden Problembezügen die von definitionsmächtigen nationalen Akteuren aber auch transnationalen etablierten oder nicht-etablierten politischen Akteuren bewirtschaftet werden. Politische Öffentlichkeiten und politische Geltungsbereiche entstehen entsprechend von ›oben‹ wie von ›unten‹: Zentren politischer Macht werden durch Eliten (oder revolutionäre Gegeneliten) konstituiert, die Legitimität der mit diesen politischen Zentren beanspruchten politischen Geltungsbereiche entstehen durch grenzüberschreitende konfliktuelle Kommunikationsereignisse, die eine politische Öffentlichkeit schaffen. Solange neue politische Machtzentren mitsamt ihren Geltungsbereichen einer entsprechenden politischen Öffentlichkeit entbehren, besteht ein Demokratie- und ein Legitimitätsdefizit. Die Debatten um die europäische Öffentlichkeit verweisen darauf (Peters 1999, S. 661-674; Beck 1998; Kaelble / Kirsch / Schmidt-Gernig 2002; Tobler 2002, S. 260-284).

- *Integrationsfunktion der Öffentlichkeit: Partizipations- und Loyalitätsdispositionen.* Nur in der politischen Öffentlichkeit ist das, was wir nicht anders als immer auch in politischem Sinne ›Gesellschaft‹ nennen können, beobacht- und gestaltbar. Die Osmotik föderaler, nationaler oder transnationaler politischer Öffentlichkeiten ist entscheidend für die nachhaltige Erweiterung (oder Verengung) von Identitätskonstitutionen in Gestalt *der Gemeinsamkeitsglauben* der Bürgerinnen und Bürger. Dieser ›mehrstufige‹ *Gemeinsamkeitsglaube*<sup>2</sup> ist unabdingbar für Partizipations- und Loyalitätsdispositionen (Offe / Preuss 1991), die gegenüber den Zumutungen von Mehrheits- / Minderheitenentscheidungen sowie den sozial- und wirtschaftspolitischen Umverteilungen die demokratie- wie steuerungsnotwendige Bereitschaft zur Partizipation und Akzeptanz verschaffen. Im historischen Überblick zeigt sich, daß politische Öffentlichkeiten konflikt-induziert sind und entweder die politischen Machtzentren und die entsprechenden

---

2 Bezogen auf ein föderales politisches Gemeinwesen und die entsprechende Öffentlichkeit, bzw. auf den Nationalstaat und die entsprechende Öffentlichkeit, bzw. auf ein transnationales politisches System und die entsprechende transnationale politische Öffentlichkeit.

Geltungsräume hervorbringen oder diesen nachwachsen. Solange neu geschaffene transnationale politische Machtzentren mitsamt ihren Geltungsbereichen einer entsprechenden politischen Öffentlichkeit entbehren, besteht neben dem Demokratie- und Legitimitätsdefizit auch ein Loyalitäts- und Partizipationsdefizit. Die Debatten insbesondere um eine europäische Sozialpolitik verweisen darauf.

Auf der Basis dieser Funktionen kandidieren innerhalb der aus Akteuren, Kommunikationsflüssen und Arenen bestehenden Öffentlichkeit permanent Problematisierungen um Aufmerksamkeit. Wie immer auch die entsprechenden Kommunikationsereignisse strukturell gefiltert und durch unterschiedliche Definitionsmacht beeinflusst sein mögen, solange an der demokratischen Selbstherrschaft prinzipiell festgehalten wird, solange also die Vermutung auf Vernunft und Legitimität in welcher Form auch immer deliberativer Entdeckungs-, Validierungs-, Willens-, Entscheidungs- und Rechtsetzungsprozesse berechtigt ist und solange diese Prozesse auf ausreichende Partizipations- und Loyalitätsdispositionen stoßen, solange hält die Moderne am normativen Horizont ihres Entstehungskontextes fest. Allerdings setzt dies eine beständige Reflexion der Veränderungsdynamiken der kommunikativen Infrastruktur der modernen Gesellschaft voraus.

### **3 Neuer Strukturwandel der Öffentlichkeit**

In seinem »Strukturwandel der Öffentlichkeit« (1990, [1962]) postulierte Jürgen Habermas die Verschränkung der Sphären Öffentlichkeit und Privatheit und beschrieb den politischen Funktionswandel der Öffentlichkeit hin zu einer massenmedial »hergestellten« Öffentlichkeit. Diese löst sich vom Publikum ab und wird durch Staat, Parteien und insbesondere durch die organisierten Privatinteressen der Wirtschaft okkupiert und »vermachtet«. In Anlehnung an die Ausdifferenzierung der bürgerlichen Öffentlichkeit aus der »repräsentativen Öffentlichkeit« der *anciennes régimes* interpretiert Habermas diese Vermachtung als Refeudalisierungsvorgang. Der Austritt aus der selbstverschuldeten Unmündigkeit über aufgeklärte, herrschaftsemanzipierte öffentliche Kommunikation führt auf diese Weise zurück in die Unmündigkeit einer bloß repräsentierenden und inszenierenden – eben feudalen – Öffentlichkeit im Spätkapitalismus (Koller 2004). Auf der Linie dieser Diagnose ließen sich Ende der 1950er Jahre und in den frühen 60er Jahren die »zivilgesellschaftlichen Akteure« der späten 1960er und



70er Jahre nicht erwarten. Unübersehbar wurzelt Habermas damalige Sozialtheorie im Kulturindustriekapitel der »Dialektik der Aufklärung« (Horkheimer / Adorno 1969 [zuerst 1944]) und spiegelt Formen repräsentativer Öffentlichkeit *im sozialmarktwirtschaftlichen Gesellschafts- und Wirtschaftsmodell* in den 1950er und frühen 60er Jahren.

Die Dynamik des neuen Strukturwandels der Öffentlichkeit bricht sich erst danach Bahn (Münch 1995; Jarren 2001, S. 10-19; Kamber / Schranz 2002, S. 347-363). Dieser läßt sich als Auflösung des Vermachtungszusammenhangs von Politik, Medien und Ökonomie im neuen *neoliberalen Wirtschafts- und Gesellschaftsmodell* beschreiben. Im Kern handelt es sich bei diesem Vorgang, dessen deutliche Akzeleration in den 1980er Jahren zu beobachten ist, um die *Deregulation der Medien* von ihren politischen und sozialen Bindungen. Dieser Prozeß beginnt mit der Erosion der Parteimilieus in der programmatischen Annäherung der Volksparteien im Zeichen des globalen Dualismus des Kalten Krieges und führt zur *Entbettung* (Giddens 1992) der Medienorganisationen d. h. zur sozialen und ökonomische Ablösung der Medien von ihren herkömmlichen, sozialräumlich gebundenen Trägern (Parteien, Verbände, Kirchen), zur Abkoppelung des Verlagswesens von den sozialmoralisch verankerten Netzwerken einer städtisch-bürgerlichen Elite, zur Umstellung familien- und sozialräumlich gebundener Kapitalversorgung privatrechtlicher Medienunternehmen auf beliebiges Investitionskapital, zum Wandel des Publikumsbegriffs vom ›Staatsbürger‹ zum ›Medienkonsumenten‹ und dieser Prozeß führt, beschleunigt über die Dualisierung der elektronischen Medien, zur Durchdringung der öffentlichen Kommunikation durch neue Selektions-, Interpretations- und Inszenierungslogiken. Systemtheoretisch läßt sich dieser Prozeß als Ausdifferenzierung eines eigenlogischen Mediensystems und der strikten Koppelung der Medien an die Marktlogik beschreiben (Imhof 2003b, S. 401-418). Dieser nach wie vor wichtigste Deregulationsvorgang im neoliberalen Wirtschafts- und Gesellschaftsmodell produzierte neue Medienorganisationen. Diese werden zu Dienstleistungsunternehmen mit beliebiger Kapitalversorgung aber mit hohen Renditeerwartungen. Dadurch unterliegen sie einem raschen technischen Wandel, der sie durch die Nutzung der Konvergenzpotentiale der Massen- und Individualkommunikation in den Cyberspace hineinführt, und sie werden ideologisch offener und flexibler. Sie generieren ihr eigenes Publikum und orientieren ihre Selektions-, Interpretations- und

Inszenierungslogiken an dessen Aufmerksamkeitsbedürfnissen. Sie generieren ihre eigenen Produkte und Inhalte auf der Basis von Zielgruppenkonzeptionen; sie kreieren eine eigene Zeit indem sie sich am wettbewerbsbedingten Aktualitätstempus orientieren (Saxer 1998, S. 21-63); und sie vernetzen Metropolen und erschließen kommunikativ neue Regionen. Im Zuge dieser sozialen und ökonomischen Autonomisierung unterliegen die Medienorganisationen einem raschen Wachstums- und Konzentrationsprozeß (Müller-Doohm 1998, S. 471-486). Die sozialräumliche Gliederung dieser Informationsökonomie folgt einem Transnationalisierungspfad der städtische Zentren unter sich und mit ihren Regionen neu verknüpft, d. h. neue Sozialräume generiert und die territorial gebundenen politischen Institutionen einem Wettbewerb um Steuervorteile und Infrastrukturbedingungen aussetzt.

Die Effekte dieses neuen Strukturwandels in der öffentlichen Kommunikation wurden bisher noch zu wenig in Form von aussagekräftigen Zeitreihenanalysen und mit Bezug auf die notwendigen Anpassungsleistungen der Organisationen des politischen Systems an die Inputbedürfnisse der Medien untersucht (Medialisierungseffekte) (Kaase 1998, S. 24-51; Bennett / Entman 2001; Imhof / Blum / Bonfadelli / Jarren 2005). Anhand der vorhandenen Forschungsergebnisse läßt sich jedoch eine Reihe von Indikatoren gewinnen, die deutlich seit den 1980er Jahren tiefgreifende Veränderungen in der öffentlichen Kommunikation anzeigen. In ihnen widerspiegeln sich Differenzierungsdynamiken, welche die Allokation von Aufmerksamkeit, Definitionsmacht und Reputation neu organisieren.

*Erstens* kann von den ausgehenden 1960er bis zu den ausgehenden 80er Jahren eine Verstetigung des Phänomens sozialer Bewegungen und Protestparteien sowie die Institutionalisierung von resonanzorientierten NGO beobachtet werden. Im diachronen Vergleich der Ablösungsphasen von Gesellschaftsmodellen, in denen nicht-etablierte Akteure regelhaft eine zentrale Rolle spielen, ist die Lebensdauer dieser »neuen« sozialen Bewegungen und Protestparteien erstaunlich lang und sie eroberten phasenweise ganze politische Themenbereiche wie Umwelt- und Technikfolgeprobleme, Sicherheitspolitik, Geschlechterdifferenz, Migrations- und Asylpolitik für sich. In der Katastrophen- und Risikokommunikation gelang es ihnen, eine neue Mensch-Umwelt-Beziehung normativ wie moralisch zu implementieren, die sich sowohl im Rechtsetzungsprozeß wie im Alltagshandeln niederschlug. Dasselbe gilt für die

Veränderungen der Geschlechtskonstruktionen und Geschlechterrollen, für die Ergänzung und teilweise Verdrängung des Ost-West-Dualismus durch den Nord-Süd-Dualismus und diese nicht-etablierten Akteure implementierten den ausgeprägten Antietatismus, der das sozialmarktwirtschaftliche Gesellschafts- und Wirtschaftsmodell schon vor der neoliberalen Semantik der Globalisierung und des Steuer- und Standortwettbewerbs schwächte. Die gegenüber den 1950er und frühen 60er Jahren sprunghaft erhöhte Resonanz nicht-etablierter politischer Akteure kann also mit krisen- und konflikttheoretischen Ansätzen erklärt werden. Die Konstanz dieses Phänomens muß jedoch *auch* auf den neuen Strukturwandel der Öffentlichkeit zurückgeführt werden, der den *medienwirksamen Aktionsformen* nicht-etablierter Akteure wesentlich bessere Resonanzchancen vermittelt, als die noch verstärkt durch *politische Selektions- und Interpretationslogiken* gesteuerte öffentliche Kommunikation zuvor. Inzwischen lassen sich gleichzeitig ein deutlicher Rückgang der Resonanz nicht-etablierter Akteure und ein Institutionalisierungsprozeß in etablierte Parteien oder NGO konstatieren. Die These vom Eintritt in die »Bewegungsgesellschaft« (Neidhardt / Rucht 1993) erwies sich als falsch. Die nicht nur, aber prominent bei Habermas damit verbundenen Erwartungen an »zivilgesellschaftliche Assoziationen«, welche der Deliberation dauerhaft eine neue Qualität verleihen, erfüllten sich nicht (Habermas 1992, 386). Bei den Gründen hierfür handelt sich zunächst um einen deutlichen Wandel der politischen Kommunikation von Seiten etablierter Akteure. Zu beobachten ist ein Transfer von Techniken des Aufmerksamkeitsmanagements. Entsprechend lassen sich eine massive Zunahme medienwirksamen »Eventmanagements« (Kepplinger 1992; Schmitt-Beck / Pfetsch 1994, S. 106-138), eine ausgesprochene Personenzentrierung und eine deutlich gestiegene Bedeutung von Konfliktinszenierungen analysieren. Wir haben es bei den Kommunikationsformen der etablierten Akteure mit erfolgreichen, nachrichtenwertorientierten Anpassungen an die Selektions-, Interpretations- und Inszenierungslogiken der Medien zu tun. Damit haben die etablierten Akteure einen Vorteil der nicht-etablierten Akteure im Wettbewerb um Aufmerksamkeit egalisiert. Im Rahmen dieser Neuallokation der Resonanzchancen läßt sich außerdem ein Bedeutungsgewinn charismatischer Beziehungen in der Politik beobachten sowie die Etablierung eines neuen Parteientyps, der als »Bewegungspartei« definiert werden kann. Insbesondere rechtsbürgerliche Bewegungsparteien mit schwachen Strukturen, niederen Partizipa-

tionsschwellen und charismatischer Führung konnten und können in vielen europäischen Ländern das traditionelle Parteienggefüge sprengen, indem sie äußerst medienwirksam vorab über eine variantenreiche Problematisierung des Fremden einerseits, einem ausgeprägten Antietatismus andererseits, Protest- und Wechselwähler binden und die Kontingenz des Politischen erhöhen. Der relative Bedeutungsverlust nicht-etablierter Akteure ist *außerdem auch* auf die substitutive, *mediale* Skandalisierungskommunikation zurückzuführen.

Hierbei handelt es sich um einen *zweiten Indikator* des neuen Strukturwandels: Zeitreihenanalytische Untersuchungen von Skandalisierungen in der öffentlichen Kommunikation zeigen eine massive Zunahme des Phänomens. Bei dieser Intensivierung der Skandalkommunikation ist auch eine Veränderung der tripolaren Struktur des Skandals beobachtbar: Während sich der klassische Skandal durch einen Skandalisierer, ein Skandalmedium und einen Skandalisierten zusammensetzt, übernimmt beim modernen Skandal das Skandalmedium auch die Rolle des Skandalisierers (Neckel 1986, S. 581-605; Kepplinger 1996, S. 41-58; Imhof 2000, S. 55-68; Hondrich 2002). Seit den 1980er Jahren hat sich auf der Basis dieses intermedialen Aufmerksamkeitswettbewerbs eine effiziente, empörungsbewirtschaftende Expertenkultur der Skandalisierung ausdifferenziert, die medienexterne Skandalisierer substituiert und damit auch eine zentrale Funktion nicht-etablierter politischer Akteure professionalisiert. Obwohl nach wie vor Skandalisierungen gegenüber Vertretern des politischen Personals mit Abstand überwiegen, läßt sich auch feststellen, daß die Skandalisierung von Unternehmen mitsamt ihres Führungspersonals drastisch zunimmt. Zudem erweitern sich die skandalisierungsfähigen Themen. Moralische Verfehlungen, die der privaten Sphäre entstammen, wurden öffentlichkeitsfähig. Beobachtbar ist eine ausgesprochene moralische Aufladung der öffentlichen Kommunikation, die Empörungsbewirtschaftung ist zu einem zentralen Mittel des Aufmerksamkeitswettbewerbs geworden.

*Drittens* ist im historischen Vergleich eine beispiellose Privatisierung des Öffentlichen und Personalisierung der politischen Kommunikation zu konstatieren (Imhof / Schulz 1998; Imhof 1999, S. 717-732). Beobachtbar ist eine Zunahme von Human Interest Storys, Betroffenheits-, Thesen- und Moraljournalismus und die Etablierung neuer boulevardisierender Nachrichtenformate in Radio und Fernsehen.

Zunächst manifestierte sich diese neue »Tyrannei der Intimität« (Sennett 1983, [zuerst 1977]) im Hörfunk. Er bildete die Speerspitze einer Entwicklung in der das Publikum als Hörerfamilie – also als Gemeinschaft – angesprochen wird, so daß selbst der Wetterbericht ohne Gefühlsäußerungen über die kommenden Hochs und Tiefs nicht mehr auszukommen scheint. Die Personalisierung des Politischen findet im Fernsehen ihr wichtigstes Medium: Politikdarstellung gleicht sich strukturell und inhaltlich der Unterhaltung an, und politische Argumente werden durch Charakterdarstellungen im privaten Lebensraum und medienattraktive Konfliktszenierungen ergänzt (Hitzler 1996, S. 265-288; Jarren 1996, S. 79-96). Dadurch zeigt sich im diachronen Vergleich ein Wandel in der medialen Kreation von Prominenz. Die Darstellung von Vertretern des politischen Personals gleicht sich der Darstellung der Gesellschaftsprominenz an: Neben dem Machtstatus entscheidet die telegene Inszenierung privater Lebensstile und Selbstdarstellungskompetenzen über mediale Resonanz (Wilke 1996, S. 99-106). Durch Ereignisproduktion (etwa in Gestalt von Homestorys) wirken die medialen Inszenierungsmuster in die Personalauswahl des politischen Systems ein und schaffen auch in der Politik ein Starsystem (Peters 1994, S. 191-213). Entsprechend hat die Kommunikation von Gruppenpositionen auf Seiten der Medien wie auf Seiten der Vertreter des politischen Personals stark abgenommen. Politische Positionen werden kommunikativ immer mehr Individuen, nicht Parteien oder Verbänden zugeordnet und mit Charakterdarstellungen zur Inszenierung von Authentizität und Integrität verknüpft. Diese neuen Formen der Politikvermittlung stellen angesichts der Erosion der Parteimilieus und des korrelativen Zerfalls der interpretativen Kraft der Großideologien der Moderne eine neue Komplexitätsreduktion dar, indem sie den Entscheidungsfindungsprozeß auf Sympathie oder Antipathie umstellen. Allerdings erhöht sich dadurch die Kontingenz politischer Abstimmungen und Wahlen sprunghaft.

Als *vierten Indikator* des Strukturwandels läßt sich eine deutliche Verschiebung in der intermedialen Themen- und Meinungsresonanz feststellen. Die parteinahe Presse war gekennzeichnet durch eine ausgeprägte wechselseitige Themen- *und* Meinungsresonanz, weil der Kampf um die öffentliche Meinung durch Weltanschauungsorgane bestritten wurde, deren Redaktionen die intellektuellen Speerspitzen der Parteien darstellten. Diese nahmen sich wechselseitig als *pars pro toto* des politischen Gegners war und vermittelten dabei die parlamentarische Auseinandersetzung zum

Staatsbürgerpublikum. Mit der Erosion dieses publikumsoffenen Streits zwischen Leitmedien verkürzt sich die Themen- und Meinungsresonanz auf eine bloße Themenresonanz und der deliberative Kernbereich des politischen Systems, das Parlament, findet in der medienvermittelten politischen Kommunikation immer weniger Resonanz. Trotz Zunahme der thematischen Referenzialität zwischen den Leitmedien innerhalb einer Arena ist somit eine Abnahme der Anschlußkommunikation zu verzeichnen. Mit diesem Schwund des Meinungsstreits in und zwischen politisch profilierten Medien, erodiert die Deliberation und das Parlament wird zugunsten einer am Nachrichtenwert ›Herrschaftsposition‹ orientierten Fokussierung auf die Exekutive *kommunikativ isoliert* (Negrine 1998; Marcinkowski 2000, S. 49-73; Kamber / Imhof 2004, S. 10-18).

Schließlich zeichnet sich *fünftens* eine Umkehrung der Vermittlungslogik der politischen Kommunikation ab. Für die Prioritätenordnung politischer Probleme werden die Selektions- und Interpretationslogiken des Mediensystems immer wichtiger. Die Aufmerksamkeitsregeln symbolischer, resonanzorientierter Politik drücken auf die Entscheidungspolitik durch (Sarcinelli 1994). Dies bedeutet, daß die Medienorganisationen selbst – und das politische Personal über die Medien – Einfluß auf die Agenda des politischen Systems erzielen. In diesem Zusammenhang sind Kampagnenpartnerschaften zwischen etablierten Parteien und Medienorganisationen zunehmend beobachtbar. Auf der Basis von redaktionellen Leitlinien sowie politischen Orientierungsvorgaben für ganze Medienorganisationen zeichnet sich inzwischen eine, verglichen mit der Schwerkraft von Weltanschauungen, kontingente Repolitisierung der Forumsmedien ab. Mit diesen Erscheinungen haben wir es mit einem medienplebiszitären Druck und einer »mediendramaturgischen Umwertung« – zumeist über die Selektion politischer Konflikte und ihre Akzentuierung – und darüber hinaus mit einer intensiven Ereignis- und Kampagnenproduktion von Seiten der Medien zu tun (Münch 1997, S. 696-709). Jede Beschreibung der medienvermittelten Kommunikation, die nur die Selektionsleistungen im Blick hat (Gate Keeper-Ansatz), zielt an der medialen Konstruktion der Wirklichkeit vorbei. Auch der publizistikwissenschaftliche Begriff des Agenda Setting wird dieser eigenständigen Ereignisproduktion nicht mehr gerecht.

Als Quintessenz der neuen Interdependenz von Politik und medienvermittelter Kommunikation kann festgehalten werden, daß die eigenständigen Vermittlungslogiken

der Medien auf vier Dimensionen quer zu den Vermittlungsbedürfnissen der traditionellen politischen Akteure stehen:

- In der *Beziehungsdimension* zwischen Politik und Öffentlichkeit verlieren die Parteien, parlamentarischen Fraktionen und Verbände mit ihren direkten Vermittlungsorganen auch ihre eigenen Publikumssegmente, während Regierung und Behörden mit einer Medienarena konfrontiert werden, die sich den Agenden der politischen Willensbildung und Entscheidung höchst selektiv annimmt und diese Agenden im Rahmen von Kampagnenjournalismus plebiszitär beeinflusst.
- In der *Zeitdimension* gerät die auf Koordinations- und Verfahrensprozesse geeichte Politik unter ›Reaktionsstreß‹ gegenüber dem medialen Aktualitätstempus.
- In der *sozialräumlichen Dimension* entkoppeln sich die medial neu erschlossenen Räume von den Geltungsbereichen der territorial gebundenen politischen Institutionen. Dies gilt zunächst auf nationalstaatlicher Ebene, schafft ›entöffentlichte‹ politische Institutionen in ökonomisch nicht ergiebigen lokalen Räumen und kreiert – gemäß Absatzkriterien – medial neu erschlossene Räume ohne Bezug zu politischen Geltungsbereichen. Auf europäischer Ebene verhält es sich umgekehrt: Die politischen Institutionen der Europäischen Union sind in der medienvermittelten Kommunikation im wesentlichen nur das Kaleidoskop nationalstaatlicher Bezüge. Die demokratienotwendige Verschränkung von politischem Geltungsbereich und Öffentlichkeit findet nicht statt, die Öffentlichkeit wächst der Globalisierung von Ökonomie und Politik nicht nach. Diese Entkoppelung von Politik und Öffentlichkeit innerhalb wie außerhalb des nationalstaatlichen Ordnungsrahmens widerspricht der notwendigen Bedingung für die Konstitution und Reproduktion eines mehrstufigen Gemeinsamkeitsglaubens.
- In der Kommunikationsdimension schließlich müssen sich die politischen Organisationen den neuen Produktions-, Selektions-, Interpretations- und Inszenierungslogiken der Medien, dem Siegeszug der Visualität und des Narrativen, den Modezyklen der Medienprodukte sowie ihrer Exekutivorientierung, ihrem medienplebiszitären Druck und ihrer Empörungsbewirtschaftung anpassen.

**Zusammenfassung:**

Dieser Beitrag fokussiert die Öffentlichkeit moderner Gesellschaften mit den ihr inhärenten Normen, Funktionen, Kommunikationsflüssen und Akteuren unter besonderer Berücksichtigung der Medien. Die Medienorganisationen stellen diese öffentliche Kommunikation auf Dauer und machen dadurch die Gesellschaft für ihre Mitglieder beobachtbar und durch Intervention gestaltbar. Ein besonderes Augenmerk gilt dem neuen Strukturwandel der Öffentlichkeit, denn die damit verbundene Ausdifferenzierung der Medienorganisationen aus dem politischen System hat grundsätzliche Änderungen der politischen Kommunikation und der Beziehung zwischen Politik und Medien zur Folge.

Zum Weiterlesen werden die folgenden Sammelbände empfohlen:

Imhof, Kurt, Roger Blum, Heinz Bonfadelli, Otfried Jarren (Hg.) (2005): Demokratie in der Mediengesellschaft. Reihe Mediensymposium Luzern, Band 9. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Jarren, Otfried, Ulrich Sarcinelli, Ulrich Saxer (Hg.) (1998): Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Kaelble, Hartmut, Martin Kirsch, Alexander Schmidt-Gernig (Hg.) (2002):, Transnationale Öffentlichkeiten und Identitäten im 20. Jahrhundert. Frankfurt/M.: Campus.

Neidhardt, Friedhelm (Hg.) (1994): Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen. Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Sonderheft 34.



## **Bibliographie**

- Beck, Ulrich (Hg.) (1998): Politik der Globalisierung, Frankfurt/M: Suhrkamp.
- Bennett, W. Lance, Robert M. Entman (eds.) (2001): Mediated Politics. Communication in the Future of Democracy. Cambridge: Cambridge University Press.
- Dahrendorf, Ralf (1969): Aktive und passive Öffentlichkeit. In: Martin Löffler (Hrsg.), Das Publikum. München.
- Eisenegger, Mark (2005): Reputationskonstitution, Issuesmonitoring und Issuesmanagement in der Mediengesellschaft. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Gerhards, Jürgen (1994): Politische Öffentlichkeit. Ein system- und akteurstheoretischer Bestimmungsversuch. S. 77-105. In: Neidhardt, Friedhelm (Hg.): Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen. Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Sonderheft 34.
- Gerhards, Jürgen, Friedhelm Neidhardt (1990): Strukturen und Funktionen moderner Öffentlichkeit. S. 90-101. In: Discussion Paper FS III, Berlin.
- Giddens, Anthony (1992): Kritische Theorie der Spätmoderne. Wien.
- Habermas, Jürgen (1982): Erste Zwischenbetrachtung: Soziales Handeln, Zwecktätigkeit und Kommunikation. S. 367-452. In: Theorie des kommunikativen Handelns, Band 1. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Habermas, Jürgen (1990, [1962]): Strukturwandel der Öffentlichkeit, Frankfurt/M.
- Habermas, Jürgen (1992): Zur Rolle von Zivilgesellschaft und politischer Öffentlichkeit. S. 399-468. In: Ders., Faktizität und Geltung. Beiträge zur Diskurstheorie des Rechts und des Rechtsstaats. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Hitzler, Ronald (1996): Die Produktion von Charisma. Zur Inszenierung von Politikern im Medienzeitalter. S. 265-288. In: Imhof, Kurt, Peter Schulz (Hg.) (1996): Politisches Raisonement in der Informationsgesellschaft. Reihe: Mediensymposium Luzern Band 2, Zürich: Seismo.
- Hondrich, Karl Otto (2002): Enthüllung und Entrüstung. Eine Phänomenologie des politischen Skandals. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Horkheimer, Max, Theodor W. Adorno (1969, [1944, 1947]): Dialektik der Aufklärung. Frankfurt/M.
- Imhof, Kurt (1993): Vermessene Öffentlichkeit – vermessene Forschung? S. 11-60. In: Kurt Imhof, Heinz Kleger, Gaetano Romano (Hg.), Zwischen Konflikt und

- Konkordanz. Analyse von Medienereignissen in der Schweiz der Vor- und Zwischenkriegszeit, Reihe: Krise und sozialer Wandel, Bd. 1, Zürich: Seismo.
- Imhof, Kurt (1999): Die Privatisierung des Öffentlichen: Zum Siegeszug der Primärgruppenkommunikation in den Medien. S. 717-732. In: In: Honegger, Claudia, Stefan Hradil, Franz Traxler (Hg.), Grenzenlose Gesellschaft? Verhandlungen des 29. Kongresses der Deutschen Gesellschaft für Soziologie in Freiburg i. Br. 1998, Teil 1, Wiesbaden: Leske+Budrich.
- Imhof, Kurt (2000): Öffentlichkeit und Skandal. S. 55-68. In: Klaus Neumann-Braun, Stefan Müller-Doohm (Hg.), Einführung in die Medien- und Kommunikationssoziologie. Eine Einführung in zentrale Begriffe und Theorien, München: Juventa.
- Imhof, Kurt (2003a): Der normative Horizont der Freiheit. Deliberation und Öffentlichkeit: Zwei zentrale Begriffe der Kommunikationswissenschaft. S. 25-57. In: Langenbucher, Wolfgang, R. (Hg.), Die Kommunikationsfreiheit der Gesellschaft. Die demokratische Funktion eines Grundrechts. Zeitschrift Publizistik, Vierteljahreshefte für Kommunikationsforschung, Sonderheft 4/2003.
- Imhof, Kurt (2003b): Politik im „neuen“ Strukturwandel der Öffentlichkeit. S. 401-418. In: Nassehi, Armin, Markus Schroer (Hrsg.), Der Begriff des Politischen. Sonderband 14 der Zeitschrift Soziale Welt, München.
- Imhof, Kurt (2005): Die Diskontinuität der Moderne. Theorie des sozialen Wandels und der Öffentlichkeit, Reihe »Theorie und Gesellschaft« hrsg. von Axel Honneth, Hans Joas, Claus Offe, Peter Wagner, Bd. 36 Neuausgabe, Frankfurt/M.: Campus.
- Imhof, Kurt, Peter Schulz (Hg.) (1998): Die Veröffentlichung des Privaten – die Privatisierung des Öffentlichen, Reihe: Mediensymposium Luzern, Band 4, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Jarren, Otfried (1996): Auf dem Weg in die »Mediengesellschaft“? Medien als Akteure und institutionalisierter Handlungskontext. Theoretische Anmerkungen zum Wandel des intermediären Systems, S. 79-96. In: Imhof, Kurt, Peter Schulz (Hg.) (1996): Politisches Raisonement in der Informationsgesellschaft, Reihe: Mediensymposium Luzern Band 2, Zürich: Seismo.

- Jarren, Otfried (1998): Medien, Mediensystem und politische Öffentlichkeit im Wandel. In: Sarcinelli, Ulrich (Hg.): Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft. Opladen, S. 74-96.
- Jarren, Otfried (2000): Gesellschaftliche Integration durch Medien? Zur Begründung normativer Anforderungen an die Medien, S. 22-41. In: Medien und Kommunikationswissenschaft, 48 Jg.
- Jarren, Otfried, Heribert Schatz, Hartmut Weßler (Hg.) (1996): Medien und politischer Prozeß. Politische Öffentlichkeit und massenmediale Politikvermittlung im Wandel, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Jarren, Otfried, Ulrich Sarcinelli, Ulrich Saxer (Hg.) (1998): Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Kaase, Max (1998): Demokratisches System und die Mediatisierung von Politik, S. 24-51. In: Ulrich Sarcinelli, Ulrich (Hrsg.): Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft, Opladen / Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Kaelble, Hartmut, Martin Kirsch, Alexander Schmidt-Gernig (Hg.) (2002):, Transnationale Öffentlichkeiten und Identitäten im 20. Jahrhundert. Frankfurt/M.: Campus.
- Kamber, Esther, Kurt Imhof (2004): Phänomenologie der politischen Kommunikation. S. 10-18. In: Medienwissenschaft Schweiz 1/2004. Sonderheft Staatskommunikation, hg. Von der Schweizerischen Gesellschaft für Kommunikations und Medienwissenschaft. Zürich.
- Kamber, Esther, Mario Schranz (2002): Von der Herstellung zur Darstellung demokratischer Öffentlichkeit? S. 347-363. In: Imhof, Kurt, Otfried Jarren, Roger Blum (Hg.) (2002): Integration und Medien, Reihe: Mediensymposium Luzern, Band 7, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Kepplinger, Hans Mathias (1992): Ereignismanagement. Wirklichkeit und Massenmedien. Osnabrück: Edition Interfrom.
- Kepplinger, Hans Mathias (1996): Skandale und Politikverdrossenheit – ein Langzeitvergleich. S. 41-58. In: Jarren, Otfried, Heribert Schatz, Hartmut Weßler (Hg.) (1996): Medien und politischer Prozeß. Politische Öffentlichkeit und massenmediale Politikvermittlung im Wandel, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

- Koller, Andreas (2004): Strukturwandel der Öffentlichkeit in Westeuropa und den USA. Theoretische, metatheoretische und empirische Reformulierung und transatlantische Integration der Klassiker, Universität Zürich, Zürich 2004, Demnächst.
- Langenbucher, Wolfgang, R. (Hg.) (2003): Die Kommunikationsfreiheit der Gesellschaft. Die demokratische Funktion eines Grundrechts. Sonderheft 4/2003: Publizistik, Vierteljahreshefte für Kommunikationsforschung.
- Lepsius, M. Rainer (1986), »Ethnos« und »Demos«. Zur Anwendung zweier Kategorien von Emerich Francis auf das nationale Selbstverständnis der Bundesrepublik und auf die Europäische Einigung. S. 751-776. In: KZfSS, 1986.
- Marcinkowski, Frank (2000) Die Medien-Öffentlichkeit des Parlaments in der Verhandlungsdemokratie, S. 49-73. In: Jarren, Otfried, Kurt Imhof, Roger Blum (Hg.) (2000): Zerfall der Öffentlichkeit? Reihe: Mediensymposium Luzern, Band 6, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Müller-Doohm, Stefan (1998): Medienkultur und Globalität. S. 471-486. In: Imhof, Kurt, Peter Schulz (Hg.) (1998): Kommunikation und Revolution, Reihe: Mediensymposium Luzern Band 3, Zürich: Seismo.
- Münch, Richard (1995): Dynamik der Kommunikationsgesellschaft, Frankfurt/M.: Suhrkamp
- Münch, Richard (1997): Mediale Ereignisproduktion: Strukturwandel der politischen Macht, S. 696-709. In: Stefan Hradil (Hg.), Differenz und Integration. Die Zukunft moderner Gesellschaften. Verhandlungen des 28. Kongresses der Deutschen Gesellschaft für Soziologie in Dresden 1996, Frankfurt/M.: Campus.
- Neckel, Sighard (1986): Das Stellhölzchen der Macht. Zur Soziologie des politischen Skandals. S. 581-605. In: Leviathan, Nr. 4, 14. Jg
- Negrine, Ralph M. (1998): Parliament and the media a study of Britain, Germany and France. London: Pinter.
- Neidhardt, Friedhelm (1994): Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen. S. 7-41. In: Neidhardt, Friedhelm (Hg.): Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen. Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Sonderheft 34.

- Neidhardt, Friedhelm, Dieter Rucht (1993): Auf dem Weg in die Bewegungsgesellschaft? Über die Stabilisierbarkeit sozialer Bewegungen. In: Soziale Welt, Heft 3/1993.
- Offe, Claus, U.K. Preuß (1991): Democratic Institutions and Moral Resources. In: Held, D. (Hg.), Political Theory Today, Oxford: UP.
- Peter Szyszka (Hg.) (1999): Öffentlichkeit. Diskurs zu einem Schlüsselbegriff der Organisationskommunikation, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Peters, Bernhard (1993): Die Integration moderner Gesellschaften. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Peters, Bernhard (1999): Nationale und transnationale Öffentlichkeiten – eine Problemskizze. S. 661-674. In: Claudia Honegger, Stefan Hradil, Franz Traxler (Hg.), Grenzenlose Gesellschaft? Verhandlungen des 29. Kongresses der Deutschen Gesellschaft für Soziologie in Freiburg i. Br. 1998, Teil 1, Wiesbaden: Leske+Buderich.
- Peters, Birgit (1994): Öffentlichkeitselite – Bedingung und Bedeutung von Prominenz. S. 191-213. In: Friedhelm Neidhardt (Hrsg.): Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegung. Sonderheft 34 der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie.
- Röttger, Ulrike (Hg.) (2001): Issue Management. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Rucht, Dieter (1994): Öffentlichkeit als Mobilisierungsfaktor für soziale Bewegungen. S. 337-358. In: Neidhardt, Friedhelm (Hg.): Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen. Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Sonderheft 34.
- Sarcinelli, Ulrich (1987): Symbolische Politik. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Sarcinelli, Ulrich (1998): Parteien und Politikvermittlung: Von der Parteien - zur Mediendemokratie? S. 273–296. In: Ders., Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Saxer, Ulrich (1998): System, Systemwandel und politische Kommunikation. S. 21-63. In: Jarren, Otfried, Ulrich Sarcinelli, Ulrich Saxer (Hg.) (1998): Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

- Schmitt-Beck, Rüdiger (1990): Über die Bedeutung der Massenmedien für soziale Bewegungen. S. 642-662. In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, 42/1990.
- Schmitt-Beck, Rüdiger, Barbara Pfetsch, (1994): Politische Akteure und die Medien der Massenkommunikation. Zur Generierung von Öffentlichkeit in Wahlkämpfen. S. 106-138. In: In: Neidhardt, Friedhelm (Hg.): Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen. Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Sonderheft 34.
- Sennett, Richard (1983): Die Tyrannei der Intimität, Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Szyszka Peter (Hg.), Öffentlichkeit. Diskurs zu einem Schlüsselbegriff der Organisationskommunikation, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Tobler, Stefan (2002): Zur Emergenz transnationaler Öffentlichkeiten, S. 260-284. In: Imhof, Kurt, Otfried Jarren, Roger Blum (Hg.) (2002): Integration und Medien, Reihe: Mediensymposium Luzern, Band 7, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Weßler, Hartmut (1999): Öffentlichkeit als Prozeß. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Wilke, Jürgen (1996): Status und Medienprominenz. S. 99-106. In: Imhof, Kurt, Peter Schulz (Hg.) (1996): Politisches Raisonement in der Informationsgesellschaft, Reihe: Mediensymposium Luzern Band 2, Zürich: Seismo.