

Stefanie Averbeck-Lietz

## Kurt Imhofs Diagnose vom »Neuen Strukturwandel der Öffentlichkeit«

Gelesen aus der Perspektive der Fachgeschichte der Kommunikationswissenschaft und der Mediatisierungsforschung\*

Die Perspektive dieses Beitrages ist keine genuin fachwissenschaftlich-soziologische, sondern eine kommunikationswissenschaftliche. Imhof selbst verortet den Untersuchungsgegenstand Öffentlichkeit im Schnittfeld von Kommunikationswissenschaft, Politologie und Soziologie (8). Als Professor für Soziologie und für Publizistikwissenschaft an der Universität Zürich leistet er seit mehr als zwei Jahrzehnten zentrale Beiträge zu den Forschungsthemen Öffentlichkeit, Deliberation, Medialisierung und Skandalisierung für die inter- und transdisziplinäre Debatte. Der folgende Beitrag ist von einer Kommunikationswissenschaftlerin geschrieben, die sich der Monografie Imhofs von 2011 (sowie weiteren seiner Schriften, die hinzugezogen werden) aus zwei Perspektiven nähert, was somit selbstredend reduktiv ist:

1. einer theoriehistorischen Perspektive. Sie richtet sich auf den Beitrag Imhofs zum Verständnis der Entwicklung moderner Öffentlichkeit und der Reflexion dieser Entwicklung durch die Klassiker der Soziologie und der Kommunikationswissenschaft (die teils dieselben sind, vgl. Meyen/Löblich 2006);
2. einer Perspektive, die aktuelle Fragen der Kommunikationstheorie und -empirie betrifft, zielend auf die Frage, was das Buch uns für die Entwicklung von Öffentlichkeit unter neuen Medienbedingungen zu sagen hat.

### Lernen von den Klassikern: Medialisierung

Die Soziologie und auch die Kommunikationswissenschaft verdanken es nicht zuletzt Kurt Imhof, dass beide Wissenschaften den lebendigen Bezug zu den Fragestellungen ih-

\* Anmerkung der Redaktion: Die Seitenzahlen in runden Klammern hier wie in den folgenden Beiträgen beziehen sich auf: Imhof, Kurt (2011): *Die Krise der Öffentlichkeit. Kommunikation und Medien als Faktoren des sozialen Wandels*. Frankfurt/M./New York: Campus. An dieser Stelle sei dem Campus Verlag für die Unterstützung gedankt.

rer Klassiker und deren Relevanz für aktuelle Konzepte von Öffentlichkeit als Klammer nicht verlieren. Ich verweise im Folgenden auf diejenigen Klassiker, die Schnittstellen zu meiner eigenen Forschung bieten (vgl. Averbeck 1999; Averbeck-Lietz 2014a). So hat auch Imhof (u.a. auch 2003, 2006b) sich intensiv mit Max Weber und Ferdinand Tönnies auseinandergesetzt, aber auch deren Neben- und Folgelinien jüngerer Wissenschaftler der Weimarer Republik, die in der NS-Zeitungswissenschaft und NS-Soziologie keinen Klassikerstatus mehr entwickeln konnten, wie Ernst Manheim (1900-2002).<sup>1</sup> Was wir laut Imhof (17) von diesen Klassikern lernen können, ist ein Verständnis von Gesellschaft als *zugleich* stratifikatorischen, segmentären und funktionalen Zusammenhang im Wechsel- und Zusammenspiel von Mikro-, Meso- und Makroebenen, der sich durch *Medialisierung* stetig verändert (vgl. auch Imhof 2006a: 192f., 2006b: 191ff.). »Medialisierung« versteht Imhof dabei – in Anlehnung an Richard Münch (1995) sowie zentrale Forschungen zur politischen Kommunikationsforschung u.a. von Donsbach, Jarren, Kepplinger, Sarcinelli und sich selbst (vgl. Imhof 2006a: 197) – als Folgen des Prozesses der »Ausdifferenzierung des Mediensystems« für »andere Handlungssysteme« wie Wirtschaft und/oder Politik (Imhof 2006a: 191). Dies verstärkend, spricht er gar von »Medialisierungseffekten« im Sinne der »Anpassungsleistungen der Organisationen des politischen und ökonomischen Handlungssystems an die Inputbedürfnisse der Medien« (Imhof 2006a: 201, im gleichen Sinne 2011: 74, 111ff., 129ff., insbesondere 141, Darstellung 8). Medialisierung kann dann Interaktionen, Institutionen, Organisationen und auch die ganze Gesellschaft (zugleich) betreffen (Imhof 2006a: 192). Damit stellt sich Imhof a) in systematischer Hinsicht allen Perspektiven, *die nur eine oder zwei Perspektiven* (Mikro, Meso oder Makro) betonen, entgegen und knüpft b) *explizit* an die Klassiker an. Entsprechend liest er den Entwurf zu einer Presse-Enquete Max Webers von 1910 (dazu ausführlich Kutsch 1988; Meyen/Löblich 2006: 151-159; Weischenberg 2012: 78-164) als Beleg für eine »frühe Medialisierungsperspektive«, die »den Wandel der Parteien mit dem ökonomisch induzierten Wandel des Zeitungswesens in Beziehung bringt« (58). Allerdings bleibt die Frage, *wie sich sozialer Wandel und Medialisierung spezifisch gegenseitig bedingen*, unklar. Sie gehen bei Imhof deutlich nicht ineinander auf, da Ökonomisierungsprozesse (Stichwort Neo-Liberalismus) Wandel induzieren, der dann indirekt (durch die einhergehende Ökonomisierung auch des Mediensystems) wiederum auf die Medialisierung wirkt und sie beschleunigt (siehe unten). In ähnlicher Weise sieht auch Friedrich Krotz Überlagerungen zwischen Mediatisierungs-, Globalisierungs- und Ökonomisierungstendenzen (vgl. Krotz 2009). Es sei allerdings an dieser Stelle angemerkt, dass Imhof eher einer institutionalistisch-organisationstheoretischen Medialisierungsperspektive zuzuordnen ist, die letztlich auf aggregierte Handlungssysteme schaut (vgl. 84). Krotz' Schriften hingegen können einer sozialkonstruktivistischen Mediatisierungsperspektive zugewiesen werden, die einen breiten Begriff sozialer Kommunikation – ein-

1 Vgl. die Online-Ausstellung, die Reinhard Müller über Ernst Manheim für das Archiv für die Geschichte der Soziologie (AGSOE) in Graz konzipiert hat, die auch auf zentrale weiterführende Literatur verweist sowie auf den Nachlass Ernst Manheim im AGSOE: <http://www-classic.uni-graz.at/sozwww/agsoe/manheim/en/> (zuletzt aufgerufen am 17.02.2014).

schließlich interpersonal – als grundlegend für das Verständnis der gegenseitigen Durchwirkung von Kommunikation und Handeln mit und mittels Medien ansieht (vgl. Krotz 2012 sowie zu Differenzen und Gemeinsamkeiten zwischen stärker organisationsbezogenen institutionalistischen und stärker handlungsbezogenen sozialkonstruktivistischen Varianten der Mediatisierungs-/Medialisierungsforschung Meyen 2009: 24f.; Hepp/Hasebrink 2013: 3; Averbeck-Lietz 2014b).

## Medien und Kommunikation im Wandel

Auch Imhof schließt kommunikatives Handeln als Grundmodus gesellschaftlicher Institutionalisierung und Organisation – allein schon durch die Anlehnung an Habermas – in seine Überlegungen ein. Allerdings geschieht dies, ohne die grundlegende Differenz von (massen-)medialen Inhalten und öffentlichen Kommunikationsprozessen hinreichend zu klären. Auch Imhof möchte die Medialisierungsperspektive um die Analyse »neuer Kommunikations- und Rezeptionsschichtungen und -segmentierungen« öffnen (Imhof 2006a: 197). Das ist relevant und empirisch nur umsetzbar, wenn man zudem seine Forderung, Mikro-, Meso- und Makroperspektiven zugleich zu betrachten, ernst nimmt (zur Mikro-, Meso-, Makro-Heuristik in der Kommunikationswissenschaft/-forschung vgl. auch Quandt/Scheufele 2010 sowie zu deren Überwindung durch die Vermittlung von Sozialkonstruktivismus und Figurationssoziologie Hepp/Hasebrink 2013). Dann müssen aber Kommunikationsarenen auch auf Interaktionen und Institutionalisierungen (unterhalb der sogenannten Makroebene) untersucht und danach gefragt werden, innerhalb welcher Medienensembles sich dies transmedial über welche Akteurskonstellationen vollzieht (vgl. Hepp/Hasebrink 2013). Zwar mag weitgehend noch stimmen, dass »wir es bei den Kommunikationsformen der etablierten Akteure mit erfolgreichen, nachrichtenwertorientierten Anpassungen an die Selektions-, Interpretations- und Inszenierungslogiken der Medien« (Imhof 2006a: 202) zu tun haben. Aber was sind heute »etablierte Akteure« und »die Medien«? Imhofs Konzeption von den »Arenen, Kommunikationsflüssen und Akteuren« (89) bleibt unterhalb der leitmedialen Öffentlichkeit – auch wenn er andere Ebenen benennt –<sup>2</sup> unterbestimmt. Aktuell gibt es in der Kommunikationswissenschaft von verschiedener Seite Überlegungen, Medien und Kommunikation in ein neues Verhältnis zu setzen, nämlich danach zu fragen, wie über welche Arenen und Medien (standardisierte und sogenannte kleine Medien) komplexe vermittelte Kommunikationsprozesse – auch solche der Protestkommunikation – ablaufen (vgl. u.a. Castells 2012). Dabei sind die Massenmedien nicht mehr der alleinige Fokus, sondern auch andere »produzierte Medienkommunikation« (vgl. Hepp/Hasebrink 2013: 8) wie etwa Blogs, Twitter<sup>3</sup> oder »persönliche Öffentlichkeiten« u.a. in sozialen Netzwerken (Schmidt

2 »Die in Arenen gegliederte Öffentlichkeit geht nicht in den Massenmedien auf« (92).

3 Allerdings scheint *Twitter* in Deutschland nach wie vor ein Medium zu sein, das eher in einem medienaffinen Berufssegment, noch nicht aber von der breiten Bevölkerung genutzt wird; auch hier bilden sich also Segmentierungen in der Laienkonstellation ab (vgl. Neuberger et al. 2010).

2013: 43f.). Einher gehen Entgrenzungen und Segementierungen zwischen Laien und professionellen Akteuren, die die Ausbildung neuer »Sozialfiguren« im Sinne Imhofs (231ff.) mit sich bringen (vgl. Volkmann 2010; Loosen 2013). Bei Imhof sind die Sozialfiguren des Mediensystems zumal diejenigen, die in den Leitmedien professionelle »Übersetzungsleistungen« vornehmen (213). Gefragt werden muss hier meines Erachtens, ob die journalistische Vermittlungs- und Übersetzungsleistung, einschließlich ihrer Publikumsadressierung, nicht sehr viel stärker in Interdependenz zu anderen, auch (semiprofessionellen) *Laienakteuren mit spezifischer Expertise* zu untersuchen ist. Gemeint sind damit keine WissenschaftlerInnen oder WissenschaftsjournalistInnen – was der Sozialfigur des »Experten« bei Imhof (234f.) entsprechen würde. Laienakteure mit spezifischer Expertise sind z.B. bloggende FinanzmarktanalystInnen (also teils hochspezialisierte Experten), die eben nicht nur moralisierend-affektive Kommunikation, sondern sehr wohl – neben theoretischen Diskursen – auch »Praktische Diskurse« (im Sinne von Habermas) über Moral in der Wirtschaft einläuten und führen könn(t)en. Zumindest muss diese Annahme als Grundlage empirischer Forschung erst einmal zugelassen werden (vgl. Averbeck-Lietz/Sanko 2014).<sup>4</sup> Solche Akteure agieren gegenüber einem breiten Publikum sowohl mit Expertise als auch mit Authentizität und damit hoher Glaubwürdigkeit (gerade, da sie sich nicht auf genuine Vermittlungs- und Kommentarrollen zurückziehen, wie dies professionelle JournalistInnen tun können). Forschungsfragen, die sich aus solchen (und anderen) Annahmen ergeben, sollten unter Bedingungen des Medienwandels und der steigenden Bedeutsamkeit von »onlinebasierten Öffentlichkeiten« (Schmidt 2013: 35) offener gestellt werden, als Imhofs Ausführungen dies auf der Basis der Fusion zwischen klassischer Öffentlichkeitstheorie und Massenkommunikationsforschung in ihrer wirkungsorientierten Variante zulassen. So beziehen sich seine Analysen zu »Kommunikationsarenen« in theoretischer und methodischer Hinsicht primär auf etablierte Leitmedien. Imhof folgend liegen »Kommunikationsverdichtungen« dann vor, wenn die verschiedenen Leitmedien in sachlicher, sozialer und zeitlicher Hinsicht Vergleichbares thematisieren. Auf diese Weise erhalte man »eine Darstellung, die die Phasen politischer, sozialer und ökonomischer Krisen als Kommunikationsverdichtungen auf dieselben Themen abbildet« (Imhof 2014: 355). Dabei wird im Langzeitvergleich deutlich, dass Massenkommunikation zunehmend skandalisierend/personalisierend/moralisierend strukturiert ist (vgl. insbesondere 141, Darstellung 8; vgl. auch Münch 1995: 214ff.).

Aus einem eigenen Forschungsprojekt der Verfasserin zur öffentlichen Kommunikation in der Wirtschaftskrise<sup>5</sup> verdichten sich allerdings Hinweise darauf, dass sich moralisierend-bewertende und deliberativ-begründende Kommunikationsstile – ähnlich wie dies für Arguing/Bargaining gezeigt werden konnte (vgl. Bächtiger/Wyss 2013), *ständig*

4 Vgl. das Teilprojekt »Kommunikative Figurationen von Wirtschaftsethik« (Leitung Stefanie Averbeck-Lietz; Bearbeitung Rebecca Venema) innerhalb der Bremer Creative Unit *Kommunikative Figurationen*, eines Projektes der Exzellenzinitiative, das von Andreas Hepp und Andreas Breiter geleitet wird. <http://www.kommunikative-figurationen.de/de/creative-unit/teilprojekte/wirtschaftsethik-in-der-krise.html> (zuletzt aufgerufen am 17.02.2014).

5 Vgl. die Angaben in Fußnote 4.

*mischen*. Bei allem Verdienst, das darin liegt, dass Imhof verschiedene Kommunikationsformen in der Öffentlichkeit überhaupt unterscheidend erforscht, erscheinen diese Kommunikationsformen in seiner Konzeptualisierung doch stark dichotom und nicht wechselseitig aufeinander bezogen, nämlich als »kognitiv-normativ« *versus* »moralisch-emotional« (8, 246-249; vgl. auch Imhof 2006a, 2014). Dies mag daran liegen, dass sich diese Beobachtungen in empirischer Hinsicht vor allem auf die massenmediale Kommunikation beziehen. Zudem spiegelt sich hier Imhofs Pessimismus gegenüber der Partizipationsfähigkeit »niedrig qualifizierter Schichten«, die offenbar am ehesten im »Modus moralisch-affektiver Kommunikation« angesprochen werden können (148). Dies bleibt zumindest in dem Buch von 2011 stereotyp und kaum über die Wissensklufforschung, die Mediensozialisations- oder Medienkompetenzforschung abgestützt.

## Perspektiven künftiger Forschung im Kontext der Klassiker und die Frage der Normativität

Trotz dieser Kritik ist Imhofs Konzeption anschlussfähig für eine Forschung, die transmedial und stärker auch auf öffentliche Gruppen- und interpersonale Kommunikation abstellt, denn »die Öffentlichkeit lässt sich als Netzwerk von Kommunikationsflüssen beschreiben, die die Arenen der funktional, stratifikatorisch und segmentierten Gesellschaft miteinander verbinden« (Imhof 2006b: 202; ebenso 2011: 32). Deutlicher als in der theorienhistorischen Literatur würden heute »verschiedene Ebenen von Öffentlichkeit – von der Interaktionskommunikation über die Versammlungskommunikation bis zur medienvermittelten Kommunikation« (76) unterschieden. Habermas, Gerhards/Neidhardt und auch Bernhard Peters sind Imhof hier zentrale Ideengeber (vgl. u.a. 90). Allerdings handelt es sich zwischen »moderner« Öffentlichkeitstheorie und den Klassikern letztlich weniger um einen kompletten Bruch als um die *Fortführung* eines Denkens, das sich schon bei Tönnies und seinen Schülern abzeichnete (zur Tönnies Adaption in der Zwischenkriegszeit vgl. Imhof 2006b: 17ff.; Averbeck 1999: 255-262): *Die Annahme, dass eine Gesellschaft durch mehrere mit und gegeneinander kommunizierende Teilöffentlichkeiten zugleich segmentiert ist*.

Das moderne Denkmotiv und Forschungsprogramm »Vergesellschaftung durch Mitteilung« ist bereits bei Ernst Manheim 1933 ausformuliert, der dies – im historischen Wandel und empirisch – mittels einer »publizistischen Soziologie« im Rekurs auf Max Webers Idealtypenlehre und Tönnies' Öffentlichkeitssoziologie sowie in Weiterführung und Kritik der Wissenssoziologie Karl Mannheims untersuchen wollte. Für diese Vergesellschaftung durch Mitteilung in ihrer technisch-medial vermittelten Variante fand er bereits den Begriff der »Mediatisierung menschlicher Unmittelbarbeziehungen« (Manheim 1933: 24, 27, 29). Über Karl Mannheim hinaus ging Ernst Manheim insofern, als er Mitteilungsprozesse als eigendynamisch und selbst (Orientierungs-)Wissen stiftend ansah. Karl Mannheim könne zwar Weltanschauungen auf soziale Seinsgebundenheiten zurückführen und an Dokumenten belegen, aber *nicht den Wandel von Meinungen durch Kommunikation* erklären (vgl. auch Manheim 1979, 2005b). Manheims Auffassung, dass

die Presse »menschliche Unmittelbarbeziehungen mediatisiere« bedeutete gerade nicht, dass nun mit der Massenpresse ein stimulusabhängiger Kulturkonsument geboren sei (während 50 Jahre vorher noch in Tisch- und Sprachgesellschaften lebendig, teils auch heftig nationalistisch und damit antihumanistisch diskutiert wurde, worauf Manheim wie im übrigen auch Imhof deutlich verweist). Manheim ging bereits 1933 (!) davon aus, dass Mitteilungsprozesse mehrstellig sind und die Elemente *Kommunikator* (»Subjekt«/»Träger«), *Mitteilung*, *Rezipient* (»Adressat«/»Publikum«) und zeitlich-räumliche *Situation* (»Raum«) stets aufeinander zurückwirken (vgl. Manheim 1933: 29ff., 1979; dazu ausführlich Averbek 1998, 1999, 2000, 2005). Dabei passen sich die Intentionen des Kommunikators und die Erwartungen des Rezipienten innerhalb eines spezifischen raum-zeitlich strukturierten medialen Settings wechselseitig aneinander an (vgl. Manheim 1979). *Dies lässt sich systematisch auch für eine moderne Mediatisierungsforschung nach der Ära der Pressedominanz nutzbar machen.*

In normativer Hinsicht stehen bei Imhof wie auch bei Manheim und Habermas die integrativen Prozesse der verständigungsorientierten Kommunikation im Vordergrund,<sup>6</sup> empirisch aber mindestens bei Manheim (vgl. Manheim 1933: 54-63, 2005a) und bei Imhof auch die desintegrierenden; im Fall von Imhof festzumachen an seiner Erforschung von Empörungskommunikation und Moralisierung (vgl. auch Imhof 2006c) bis hin zum »Fundamentaldissens« (277) zwischen Segmenten einer Gesellschaft. Insgesamt geht es Imhof (2006a: 198) immer um politische Öffentlichkeit, deren Ziel es ist, »dass Gesellschaften auf sich selbst einwirken können«, und zwar rückgebunden über die Wahrnehmung von Interessen durch die BürgerInnen selbst. Das Szenario, wie dies geschehen soll, skizziert er (2006a: 198) mit einer »öffentlichen Kommunikation«, die »die Gesellschaft überwölbt« und »deren Arenen also wechselseitige Anschlusskommunikation schaffen, die deliberative Qualitäten besitzt und die – analog zur Sozialisationsagentur Bildungssystem – keine systematischen Ausschlüsse produziert.« Öffentliche Kommunikation ist somit das Medium der Integration wie der Selbststeuerung der Gesellschaft: »In ihr kandidieren permanent Problematisierungen des guten Lebens um Aufmerksamkeit« (Imhof 2006a: 198, im gleichen Sinne 2011: 18f., 27, 103). Im gesamten Problematisierungszusammenhang, den Imhof aufmacht, stellt sich dies allerdings weit weniger idealtypisch da. Denn das Zusammenwirken von Medialisierung, Ökonomisierung und Globalisierung hat dazu geführt, dass a) auf der Makroebene »die Medien und ihre politischen und sozialen Bindungen« (Imhof 2006a: 200) einer Deregulation unterliegen und b) einhergehend die Mechanismen der Aufmerksamkeitsgewinnung zunehmend populistisch werden, eben zur »Empörungsbewirtschaftung« (Imhof 2006a: 203, 2006c; 2011: 126). Imhof und MitarbeiterInnen können dies mit Forschungen, die er am Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft (foeg) der Universität Zürich leitet, gut und im europäischen Vergleich als Problem deregulierter Mediensysteme auf der Basis von Me-

6 »[...] sofern dieses Handeln der Vernunft gehorcht. Dies ist im aufgeklärten Weltbild dann der Fall, wenn die Bürger sich wechselseitig Publikum sind und sich in freier Kommunikation selbst aufklären. Indem diese freie Kommunikation Vernunft hervorbringt, sichert sie die Zivilisierung der Menschen wie der Gesellschaft.« (12)

dienstrukturdaten und quantitativen Inhaltsanalysen belegen (vgl. foeg 2013; Lucht/Udris 2013).

Bei aller Berechtigung, die eine mediensystemisch orientierte Medien-Markt-Kritik (national, transnational und global) heute hat (vgl. auch Jarren et al. 2011), bleibt indes die Meso-Mikro-Ebene in den Schriften von Imhof verschwommen – ähnlich wie beim frühen Habermas (was Habermas später mit der »Theorie des Kommunikativen Handelns« (1984) kommunikationstheoretisch und dann mit »Faktizität und Geltung« (1998) auch gesellschafts- und sozialtheoretisch überwinden konnte). Bezug ist hier Imhofs (2006a: 200) Rede von einer »Ablösung des Staatsbürgerpublikums durch ein Publikum von Medienkonsumenten, um das auf der Basis von funktional, stratifikatorisch und segmentär differenzierenden Zielgruppenkonzeptionen geworben wird« (im gleichen Sinne: 74, 248). Das ist Habermas' alter Diagnose eines recht nahtlosen Übergangs von einem kulturräsonierenden zu einem kulturkonsumierenden Publikum von 1962, die Habermas (1990) inzwischen selbst kritisch revidiert hat, dann doch sehr nah. Aus einer rezeptionsorientierten Perspektive der Kommunikationsforschung, die nicht nur von aktiv selektierenden, sondern auch von aktiv an öffentlicher Kommunikation teilhabenden Menschen ausgeht (sei es durch Medienrezeption, sei es, indem das Publikum selbst in vielfacher Hinsicht zum Produzenten von Medienkommunikation wird), ist dies meines Erachtens nicht haltbar. Hier trennen sich dann auch eine Medialisierungs- und eine Mediatisierungsperspektive, denn die letztere geht immer und gerade von Aneignungsphänomenen mit und mittels Medien aus (vgl. Krotz 2012). Dahinter steht etwa bei Krotz keine Effektorientierung (im Sinne eines »Medialisierungseffektes« bei Imhof, s.o.), sondern eine sozialkonstruktivistische Epistemologie zwischen der Wechselwirkung von sozialer Kommunikation und Mediengebrauch. Allerdings verweist Imhof diesbezüglich auf einen meines Erachtens zentralen Punkt, den die aktuelle Mediatisierungsforschung (noch) vernachlässigt: *Zeit* als systemisches Sozialphänomen.<sup>7</sup> Aufmerksamkeits- und Orientierungsprozesse – um die es Imhof als Grundmechanismen der Selbstbeobachtung von Gesellschaft geht – (32), sind verzeitlichte und reflexive Prozesse, die der organisierten und standardisierten öffentlichen Medienkommunikation nach wie vor bedürfen (vgl. auch bereits Merten 1977: 161f.): »Es gibt nur die öffentliche, auf Dauer gestellte, medienvermittelte Kommunikation, die es uns erlaubt, das Abstraktum ›Gesellschaft‹ zu beobachten« (Imhof 2014: 354, auch 2011: 92f.).

Es bleibt abzuwarten, ob sich die neuere Forschung zur Empirie von Öffentlichkeit nicht zwangsläufig noch stärker von der (letztlich auch normativen und auf Tönnies' »Gelehrtenrepublik« zurückgehenden) Vorstellung eines holistischen Kommunikations-›raumes‹ oder konsensualen ›Sphäre‹ der öffentlichen Kommunikation entfernen muss – was die »Integrationsfrage«, die Imhof stellt (76f.), zu einer vordringlichen macht: Gegenöffentlichkeiten können sich in ihren eigenen Arenen autonomisieren und/oder radikalieren; sie verlieren quasi den »Anschluss« und bilden im radikalen Fall »fundamen-

7 Dazu forschen im Kontext der Mediatisierungs- und Figurationsforschung Irene Neverla und ihr Team, vgl. <http://www.kommunikative-figurationen.de/en/members/sub-project-leaders/irene-neverla.html> (zuletzt aufgerufen am 17.02.2014).

taloppositionelle Gruppierungen« (211., 264ff.). Auch wenn man die Desintegration westlicher Gesellschaften in einem postaufklärerischen Zeitalter weniger dramatisch beurteilen möchte, bleibt doch die Frage der Integration durch Kommunikation, die Imhof stellt, grundlegend und zählt zu den klassischen Kernfragen der Kommunikationswissenschaft (vgl. etwa Bonfadelli/Moser 2007). Dann stellt sich auch die Frage, welche Institutionen diese Integration leisten können und *sollen*:

»Gesellschaftsweite Lernprozesse lassen sich als Resultat resonanzreicher Problematik des Bestehenden in der öffentlichen Kommunikation beschreiben. [...] Damit werden Problematisierungen insbesondere im politischen System *und* in der medienvermittelten Kommunikation *und* in der zivilgesellschaftlichen Interaktionskommunikation stabilisiert und Willensbildungs- und Entscheidungsfindungsprozesse ausgelöst. Ihren immer wieder nur vorläufigen Abschluss finden solche gesellschaftlichen Lernprozesse in legitimen Institutionen.« (94)

Was auf das Problem verweist, dass solche Institutionen ihre Legitimität wiederum weitreichend aus ihrer Transparenz von eigener und für Anschlusskommunikation gewinnen.

## Neuer Strukturwandel – Zerfall der Öffentlichkeit?

Habermas, so Imhof, habe in seinem Szenario eines Strukturwandels der Öffentlichkeit noch von einem »sozialpolitisch befriedeten und antikommunistisch integrierten sozialmarktwirtschaftlichen Gesellschafts- und Wirtschaftsmodell« (Imhof 2006a: 199ff.) der frühen BRD ausgehen können (vgl. 72). Der Neoliberalismus nach 1980, den Imhof selbst als Auslöser für den neuen Strukturwandel der Öffentlichkeit reklamiert, habe damals noch gar keine Rolle gespielt. Imhofs Szenario hochsegregierter Gesellschaften in Folge ökonomischen Wandels auf der Makroebene (soziale Marktwirtschaft versus Neoliberalismus), ist nicht eben geneigt, optimistisch zu stimmen oder allein an die Kraft der Deliberation glauben zu wollen: »In politischer Hinsicht weisen [...] alle westeuropäischen Zentrumsnationen eine bis zu über 20 Prozent der Wohnbevölkerung umfassende Unterschichtung auf« (119). Und weiter: »Außerdem wird die Deliberationsqualität durch den Austritt deprivierter Schichten aus der Deliberation und durch den Ausschluss wachsender Migrationsminderheiten von der politischen Partizipation geschwächt« (121). Die hier skizzierten Probleme sind allein kommunikativ oder kommunikationstheoretisch nicht lösbar. Mit Habermas gesprochen, müssen Lösungen für solche Probleme aber gleichwohl kommunikativ entwickelt und legitimiert werden. Imhof selbst benennt indes kaum politische Lösungen noch kommunikative Verfahren zu deren Entwicklung und lässt die Leserin daher etwas ratlos zurück. Ratlos darüber, welche Konsequenzen, auch in ethischer Hinsicht, etwa die Wissenschaft beim Aufwerfen solcher sozial-relevanten Forschungsfragen innerhalb von Krisenszenarios zu tragen hat (zur Normativität in der Kommunikationswissenschaft weiterführend Karmasin et al. 2013). Bei Imhof scheint eine Rückwärts-Utopie im Sinne eines ›goldenen‹ sozial-markt-

lichen Zeitalters kommunikativer Harmonie (ähnlich des frühen Bürgertums der Assoziationsgemeinschaften bei Habermas) mindestens auf. Schon aus den Debatten um Habermas konnte allerdings gelernt werden: Auch dann, wenn das frühe Bürgertum faktisch mit dem Ausschluss unterer/anderer Schichten, auch Ethnien, nationaler Minderheiten usw. die eigene Macht festigte (dazu 261ff.), so ist die »regulative Idee« des Humanismus *also solche* deshalb *nicht* gescheitert (weil sie es als Idee auch gar nicht kann, allenfalls als Ideologie). Das kann man auf die Idee der sozialen Marktwirtschaft und ihre regelbildende Kraft (gegen neoliberale Positionen) übertragen. Das erkenntnistheoretische Problem, dass die Utopie *einer sozial-marktlich befriedeten Gesellschaft nicht der Ausgangspunkt von Empirie sein kann*, ist damit aber noch nicht gelöst. Ich spreche damit in keiner Weise gegen die Legitimität sozialstaatlichen Denkens in der Sozialwissenschaft, sondern gegen eine Art »utopischen Nullpunkt«, hier als sozial-marktliche Verfasstheit der Gesellschaft markiert, von dem die Analyse dann ausgeht. Auch die soziale Marktwirtschaft kennt ökonomische Krisenszenarien. Um 1960, als Habermas am Buch »Strukturwandel der Öffentlichkeit« arbeitete, konnte auf nachhaltige ökonomische Stabilität und sozialen Frieden nicht einmal 15 Jahre nach dem 2. Weltkrieg auch kein großer Verlass sein. Setzt man aber einen solch umfassenden und apodiktischen Unterschied – zwischen dem einen Szenario (soziale Marktwirtschaft) und dem anderen (Neoliberalismus) – dann erscheinen alle Folgeszenarien fast ebenso so düster, wie die von Habermas im zweiten Teil seines Buches zum Strukturwandel der bürgerlichen Öffentlichkeit zur vermachteten Kulturindustrie. So kennzeichnet Imhof »Pathologien der politischen Öffentlichkeit«, die sich im zweiten Strukturwandel der Öffentlichkeit auf ihre Deliberations-, Legitimations- und Integrationsfunktion zugleich beziehen und sich gegenseitig verstärken (142). Die Abwärtsspirale, die er skizziert, ist ernüchternd, weil Imhof sie als wirksam für ganze Gesellschaften ansetzt.

Die Lösung, die bleibt, ist im Grunde: an der Implementierung von Deliberation als Verfahren festzuhalten – *trotz* neuen Strukturwandels der Öffentlichkeit. Das ist dann die regulative Idee, wie »Normen des guten und richtigen Lebens« (372) aufrecht erhalten werden können, nicht zuletzt, *da Deliberation selbst eine dieser Normen ist*. Dies ist dann notwendig in sozialwissenschaftliche Analysen einzubetten. Dann ist Sozialwissenschaft auch Teil der »Kritik der Moderne an sich selbst« (25) – hier bleibt immerhin Licht am Horizont gemessen am kritischen Potential der Wissenschaft selbst.

Politischer Wandel indes scheint Imhof am ehesten von »transnationalen Konflikten um die Rolle der Nationalstaaten in diesem Europa« auszugehen, die zu »einem neuen Gesellschaftsmodell mit erweiterter demokratischer [also übernationaler] Regulierungspotenz und einer entsprechenden politisch-kulturellen Öffentlichkeit führen« (288). Dieses Szenario überschreitet wissenschaftliche Diagnosen klar und geht über in Handlungspolitik auf EU-Ebene hin zu einer »europäischen Innenpolitik sowie Grundlinien für eine gemeinsame Außenwirtschafts-, Außen- und Sicherheitspolitik« (288) – was Imhof allerdings für die nahe Zukunft nicht als Möglichkeit annimmt. Einen Zwischenschritt skizziert er mit Deliberationsprozessen zwischen nationalstaatlichen Öffentlichkeiten (der allerdings nur wieder eine Elitenöffentlichkeit betreffen dürfte) und der Selbstreflexivierung, auch im Sinne von normativer Selbstbesinnung der Moderne auf

Wege aus der aktuellen Krise der Öffentlichkeit im neoliberalen Wirtschafts- und Politikmodell (288f.).

## Was nun?

Im letzten Teil wird das Buch zu einer wenig empirisch abgestützten politischen Rede voller Eliten- und Bildungspessimismus, die man sicherlich zu großen Teilen aus einer subjektiven Position auch teilen mag (was hier jeder/m Leser/in selbst überlassen bleiben muss). Diese Rede bleibt aber analytisch unfruchtbar, insofern sie sich – in der Apodiktik vorgetragen – *gegen Ambivalenzen sperrt*. Gerade Ambivalenzen, z. B. Demokratisierungsbestrebungen von Teilöffentlichkeiten unter widrigen Bedingungen, sind aber meines Erachtens als Aufhänger für Forschungsfragen interessant und relevant (im gleichen Sinne die Kritik an Imhof von Franzetti 2012: 323). Imhofs düsteres Makro-Szenario kommunikativ vegetierender neoliberaler Gesellschaften verstellt den Blick auf Potentiale der Mikro-/Mesoebene. Auf der Suche danach, wie andere Rezensenten mit dem Pessimismus in Imhofs Buch umgegangen sind, möchte ich auf die Lesart von Christian Schwarzenegger verweisen, der diesen als Aufforderung liest:

»Imhofs Schilderungen lesen sich [...] bisweilen schwer pessimistisch, was durch kraftvolle und bildreiche Rhetorik noch unterstrichen wird. Selbst wenn bestimmt nicht jeder Leser die Dramatik der Befunde teilen mag, geben sie Anstoß für Diskussion, Theoriedebatten und auch Widerspruch [...]. Denn das Buch zur Krise der Öffentlichkeit versteht sich merklich auch als Krisenintervention. Intervenierendes Potential zu entfalten freilich, liegt außerhalb der Verantwortung dieses historisch und theoretisch dicht argumentierten Buches allein. Es wird durch seine (fach-)öffentliche Rezeption und Weiterverarbeitung bestimmt werden.« (Schwarzenegger 2012)

Was hat uns nun das Buch für die Frage nach der Entwicklung von Öffentlichkeit unter neuen Medienbedingungen zu sagen, tritt man vom düsteren Szenario des zweiten Strukturwandels etwas zurück? Ich meine, dass wir bei allem Optimismus in die Schaffenskraft von (segmentierten) Laienakteuren (vgl. auch Bruhns 2008) die *strukturellen* (teils eben auch strukturell gewalthaltigen) und *konfliktären* Gegebenheiten von Öffentlichkeit empirisch untersuchen müssen – in diesem Forschungsmotiv lässt sich an Imhof anschließen. Insbesondere kann man aufbauen auf seinen theoriegeleiteten, empirischen Forschungen zur Intervention von Peripherieakteuren in öffentliche Debatten, die in Krisenzeiten erhöht sind (z.B. 33, 231). Dabei ist aber meines Erachtens gerade das Verhältnis von Leitmedien und anderen Formen produzierter Medienkommunikation eine dringliche Forschungsaufgabe der Zukunft (vgl. etwa auch Neuberger 2009; Schmidt 2013). Dies kann nur transmedial und nicht mehr ausschließlich mit Blick auf die sogenannten Leitmedien geschehen – dann also in der Nachzeichnung von Arenen und Kommunikationsflüssen über mehrere Medien unterschiedlichen Typs hinweg und verbunden mit unterschiedlichen Typen kommunikativen Handelns sowie Chancen für kommunikative Machtentfaltung (vgl. Reichertz 2010). *Isoliert* im Rekurs auf das Social Web,

allein mit Blick auf Twitter, allein mit Blick auf die Qualitätspresse online und offline etc. lässt sich nicht ermitteln, wie öffentliche Kommunikation zu relevanten Debatten (die integrativen oder desintegrativen Charakter haben können) wird. Auch muss Medien- und Kommunikationswandel wieder stärker (und damit im Sinne des Imhof'schen Buches!) auch »ex post« gedacht werden: Die Genese von Öffentlichkeit lässt sich nicht ahistorisch oder primär mit Blick auf prognostisch schwer voraussagbare aktuelle Medien(weiter)entwicklungen verstehen – allein schon deshalb nicht, weil dann Möglichkeiten des historischen, auch des theoriehistorischen Vergleichens fehlen.

## Literatur

- Averbeck, Stefanie (1998): »Ernst Manheims ›publizistische Soziologie‹. Eine vergessene Kommunikationstheorie und ihre Aktualität«. In: *Medien & Zeit* 13(2), S. 4-14.
- Averbeck, Stefanie (1999): *Kommunikation als Prozess. Soziologische Perspektiven in der Zeitungswissenschaft 1927-1935*. Münster: LIT.
- Averbeck, Stefanie (2000): »Ernst Manheim zum 100. Geburtstag (27. Jan. 2000)«. In: *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, 52(2), S. 389-392.
- Averbeck, Stefanie (2005): »Ernst Manheims ›Träger der öffentlichen Meinung‹. Eine Theorie der Öffentlichkeit 30 Jahre vor Jürgen Habermas«. In: Baron, Frank/Smith, David N./Reitz, Charles (Hg.): *Authority, Culture and Communication: The Sociology of Ernest Manheim*. Heidelberg: Synchron, S. 43-69.
- Averbeck-Lietz, Stefanie (2014a): »Understanding mediatization in ›First modernity‹: Sociological Classics and their perspectives on mediated and mediatized societies«. In: Lundby, Knut (Hg.): *Mediatization of Communication. Handbook of Communication Science*. Berlin: De Gruyter 2014, S. 109-130.
- Averbeck-Lietz, Stefanie (2014b): Schnittstellen zwischen Kommunikationsgeschichte und Mediatisierungsforschung. Ein Beitrag zur theoretischen Fundierung kommunikationsgeschichtlicher Forschung. In: Kinnebrock, Susanne/Schwarzenegger, Christian/Birkner, Thomas (Hg.): *Theorien des Medienwandels*. Köln: von Halem [im Druck].
- Averbeck-Lietz, Stefanie/Sanko, Christina (2014): »Kommunikationsethik im Feld der Wirtschaft. Praktischer Diskurs oder Moralisierung? Konzeption eines Forschungsprojektes und Fallstudie«. In: Prinzing, Marlis/Rath, Matthias/Schicha, Christian/Stapf, Ingrid (Hg.): *Neuvermessung der Medienethik*. Weinheim: Beltz/Juventa [im Druck].
- Bächtiger, André/Wyss, Dominik (2013): »Deliberationsforschung – eine systematische Übersicht«. In: *Zeitschrift für Vergleichende Politikwissenschaft* 7(2), S. 155-181.
- Bonfadelli, Heinz/Moser, Heinz (Hg.) (2007): *Medien und Migranten. Europa als multikultureller Raum?* Wiesbaden: VS.
- Bruhns, Axel (2008): *Blogs, Wikipedia, Second Life and beyond. From Production to Produsage*. New York, Oxford: Peter Lang.
- Castells, Manuel (2012): *Networks of outrage and hope: Social movements in the internet age*. Cambridge, Oxford: Polity Press.
- foeg (2013): *Qualität der Medien. Hauptbefunde*. Zürich: Schwabe.
- Franzetti, Annika (2012): »[Rezension von] Kurt Imhof: Die Krise der Öffentlichkeit«. In: *Communicatio Socialis* 45(3), S. 320-322.
- Habermas, Jürgen (1984): *Theorie des kommunikativen Handelns*. 2 Bde. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Habermas, Jürgen (1990 [1962]): *Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.

- Habermas, Jürgen (1998): *Faktizität und Geltung. Beiträge zur Diskurstheorie des Rechts und des demokratischen Rechtsstaates*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Hepp, Andreas/Hasebrink, Uwe (2013): »Human Interaction and Communicative Figurations. The Transformation of Mediatized Cultures and Societies«. In: *Communicative Figurations. Working Paper 2*. <http://www.kommunikative-figurationen.de/de/arbeitspapiere.html> (zuletzt aufgerufen am 7.1.2014).
- Imhof, Kurt (2003): »Öfflichkeitstheorien«. In: Bentele, Günter/Brosius, Hans-Bernd/Jarren, Otfried (Hg.): *Öffentliche Kommunikation. Handbuch Kommunikations- und Medienwissenschaft*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 193-209.
- Imhof, Kurt (2006a): »Mediengesellschaft und Medialisierung«. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft* 54(2), S. 191-215.
- Imhof, Kurt (2006b): »Der normative Horizont der Freiheit. ›Deliberation‹ und ›Öffentlichkeit‹: zwei zentrale Begriffe der Kommunikationswissenschaft«. In: *Fög Discussion Papers* GL-2006-0006. Zürich: foeg.
- Imhof, Kurt (2006c): »Die Rache der Moral. Die Moralische Regulation löst die Deregulation ab«. In: *Fög Discussion Papers* OK-2006-0002. Zürich: foeg.
- Imhof, Kurt (2014): »Medien und Öffentlichkeit: Krisenanalytik«. In: Karmasin, Matthias/Rath, Matthias/Thomaß, Barbara (Hg.): *Kommunikationswissenschaft als Integrationsdisziplin*. Wiesbaden: Springer VS, S. 341-366.
- Jarren, Otfried/Künzler, Matthias/Puppis, Manuel (Hg.) (2011): *Medienwandel oder Medienkrise? Folgen für die Medienstrukturen und ihre Erforschung*. Baden-Baden: Nomos.
- Karmasin, Matthias/Rath, Matthias/Thomaß, Barbara (Hg.) (2013): *Normativität in der Kommunikationswissenschaft*. Wiesbaden: Springer VS.
- Krotz, Friedrich (2009): »Mediatization. A Concept with which to Grasp Media and Societal Change«. In: Lundby, Knut (Hg.): *Mediatization. Concept, Changes, Consequences*. New York: Peter Lang, S. 21-40.
- Krotz, Friedrich (2012): »Von der Entdeckung der Zentralperspektive zur Augmented Reality. Wie Mediatisierung funktioniert«. In: Krotz, Friedrich/Hepp, Andreas (Hg.): *Mediatisierte Welten. Forschungsfelder und Beschreibungsansätze*. Wiesbaden: Springer VS, S. 27-55.
- Kutsch, Arnulf (1988): »Max Webers Anregung zur empirischen Journalismusforschung. Die Zeitungs-Enquête und eine Redakteursumfrage«. In: *Publizistik* (33)1, S. 5-31.
- Loosen, Wiebke (2013): »Publikumsbeteiligung im Journalismus«. In: Meier, Klaus/Neuberger, Christoph (Hg.): *Journalismusforschung. Stand und Perspektiven*. Baden-Baden: Nomos, S. 147-163.
- Lucht, Jens/Udris, Linards (2013): *Kommerzialisierung von Medienstrukturen im internationalen Vergleich*. Studien Qualität der Medien 1/2013. Zürich: foeg.
- Manheim, Ernst (1933): *Die Träger der öffentlichen Meinung. Studien zur Soziologie der Öffentlichkeit*. Leipzig: Rohrer.
- Manheim, Ernst (1979): »Vorwort zur Neuausgabe«. In: Ders.: *Aufklärung und öffentliche Meinung. Studien zur Soziologie der Öffentlichkeit im 18. Jh.*, hg. und eingeleitet von Norbert Schindler. Stuttgart-Bad Cannstatt: frommann-holzboog, S. 18-19.
- Manheim, Ernst (2005a [1939]): »The role of Small Groups in the Formation of Public Opinion«. In: Baron, Frank/Smith, David N./Reitz, Charles (Hg.): *Authority, Culture and Communication. The Sociology of Ernest Manheim*. Heidelberg: Synchron, S. 175-180.
- Manheim, Ernst (2005b [1972]): »The Sociology of Knowledge Reconsidered«. In: Baron, Frank/Smith, David N./Reitz, Charles (Hg.): *Authority, Culture and Communication. The Sociology of Ernest Manheim*. Heidelberg: Synchron, S. 255-260.
- Merten, Klaus (1977): *Kommunikation. Eine Begriffs- und Prozessanalyse*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Meyen, Michael (2009): »Medialisierung«. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft* (57)1, S. 23-38.
- Meyen, Michael/Löblich, Maria (2006): *Klassiker der Kommunikationswissenschaft*. Konstanz: UVK.

- Münch, Richard (1995): *Dynamik der Kommunikationsgesellschaft*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Neuberger, Christoph (2009): »Internet, Journalismus und Öffentlichkeit. Analyse des Medienumbruchs«. In: Neuberger, Christoph/Nuernbergk, Christian/Rischke, Melanie (Hrsg.): *Journalismus im Internet. Profession – Partizipation – Technisierung*. Wiesbaden: VS, S. 18-105
- Neuberger, Christoph/vom Hofe, Hanna Jo/Nuernbergk, Christian (2010): *Twitter und Journalismus. Der Einfluss des »Social Web« auf die Nachrichten*. Düsseldorf: LFM.
- Quandt, Thorsten/Scheufele, Bertram (2010) (Hg.): *Ebenen der Kommunikation. Mikro-Meso-Makro-Links in der Kommunikationswissenschaft*. Wiesbaden: VS.
- Reichertz, Jo (2010): *Die Macht der Worte und der Medien*. 3. Aufl. Wiesbaden: VS.
- Schmidt, Jan-Hendrik (2013): »Onlinebasierte Öffentlichkeiten: Praktiken, Arenen und Strukturen«. In: Fraas, Claudia/Meier, Stefan/Pentzold, Christian (Hg.): *Online-Diskurse. Theorien und Methoden transmedialer Online-Diskursforschung*. Köln: von Halem, S. 34-55.
- Schwarzenegger, Christian (2012): »[Rezension von] Kurt Imhof: Die Krise der Öffentlichkeit«. In: *r:k:m. Rezensionen:kommunikation:medien*. <http://www.rkm-journal.de/archives/9794> (zuletzt aufgerufen am 17.2.2014).
- Volkmann, Ute (2010): »Sekundäre Leistungsrollen«. In: Blättel-Mink, Birgit/Hellmann, Kai-Uwe (Hg.): *Prosumer Revisited*. Wiesbaden: VS, S. 206-220.
- Weischenberg, Siegfried (2012): *Max Weber und die Entzauberung der Medienwelt. Theorien und Quereilen – eine andere Fachgeschichte*. Wiesbaden: Springer VS.

*Anschrift:*

Prof. Dr. Stefanie Averbeck-Lietz  
Zentrum für Medien-, Kommunikations- und Informationsforschung (ZeMKI)  
Universität Bremen, FB 09  
Linzer Str. 4  
28359 Bremen  
[averbeck.lietz@uni-bremen.de](mailto:averbeck.lietz@uni-bremen.de)