

2 Öffentlichkeit in der Informationsgesellschaft

2.1 Gesellschaftlicher Strukturwandel

In der modernen Informationsgesellschaft prägt die Medienberichterstattung nachhaltig die Entwicklung öffentlichen Vertrauens (vgl. Bentele 1996: 21). Die Medien werden dabei nicht nur als Lösung, sondern auch als Ursache für „Orientierungs- und Vertrauensprobleme“ (Mast/Spachmann 2005: 40) verstanden. Da die vorliegende Arbeit das Vertrauen in das Gesundheitssystem unter den Bedingungen der Medien- und Informationsgesellschaft betrachtet, ist es notwendig, die aufgeworfenen Begriffe zu klären. Daher befasst sich das zweite Kapitel mit Fragen nach dem Inhalt der vielzitierten Informationsgesellschaft genauso wie mit den Konstrukten, die hinter den Begriffen Öffentlichkeit und öffentliche Meinung stehen. Auch wird deutlich, wie Medien als Mittlerinstanzen zwischen Organisationen und Bürgern agieren und welche Rolle PR in diesem Zusammenhang spielt.

Immer wieder ist davon zu lesen, dass wir uns auf dem besten Weg in eine Informationsgesellschaft³ befinden oder diesen Status schon längst erreicht haben (vgl. Bentele 1994b: 132, Mai 2005: 12, Klumpp et al. 2008: 1). Dabei bleibt jedoch häufig unklar, was der Begriff der Informationsgesellschaft beschreiben soll. Insofern ist Steinbicker (2011: 9) zuzustimmen, wenn er kritisiert, dass wir „von einer sozialwissenschaftlich befriedigenden Theorie der Informationsgesellschaft (...) heute noch weit entfernt“ sind. Kleinsteuber (1999: 34) stellt den Begriff sogar komplett in Frage, da er „inhaltsleer“ bleibe und seine Beliebtheit im öffentlichen Diskurs nur durch Politiker erlangt hätte, die damit „Modernität und Fortschrittsorientierung“ (Kleinsteuber 1999: 27) suggerieren wollten. Der Deutsche Bundestag (1998: 259) versteht das Informationszeitalter hingegen „als Herausforderung für gründliche und zügige Innovationen in Politik, Wirtschaft und Gesellschaft“.

Bei der Sichtung der relevanten Literatur wird deutlich: Es gibt bislang keine anerkannten Kriterien, die den Charakter der Informationsgesellschaft definie-

³ Synonym dazu werden die Begriffe Wissensgesellschaft, Kommunikationsgesellschaft oder Informationszeitalter verwendet (vgl. Stiftung für Kommunikationsforschung 1987: 21, Bentele 1994b: 132, Deutscher Bundestag 1998: 259, Steinbicker 2011: 8). Zur Abgrenzung und Verortung der Begriffe Wissensgesellschaft und Informationsgesellschaft vgl. Kübler (2009).

ren (vgl. Donges 1999: 9, Schäfer 1999: 39). Dieser Befund ist überraschend, taucht der Begriff doch schon seit den 1960er Jahren immer wieder in der wissenschaftlichen und gesellschaftlichen Diskussion auf. Er geht auf Ansätze amerikanischer und japanischer Ökonomen zurück (vgl. Kleinsteuber 1999: 21, Steinbicker 2011: 15, Kübler 2009: 59 f.). Bell legt 1973 den Entwurf einer aufkommenden post-industriellen Gesellschaft vor, in dem auch der Begriff der „Information Society“ fällt. Er konnte jedoch die weltweite Verbreitung von PC und Internet nicht vorhersehen. Insofern bezieht sich die von ihm erwähnte Informationsgesellschaft auf andere Grundstützen. Sein Ausgangspunkt war vielmehr der wachsende Dienstleistungssektor, die Vervielfältigung theoretischen Wissens und die Entwicklung intellektueller Technologien sowie deren Auswirkungen auf die Gesellschaft. Neben Bell haben sich auch Autoren wie Drucker (1969) und Castells (1996, 1997, 1998) intensiv mit der Wissens- und Informationsgesellschaft auseinandergesetzt. Steinbicker (2011: 116 ff.) nennt sieben Merkmale, welche für die Informationsgesellschaft konstituierend sind:

- Wissen und Innovation als neue Produktivkräfte,
- neue Informations- und Kommunikationstechnologien,
- organisationaler Wandel,
- Strukturwandel der Arbeit (zunehmende Bedeutung von Wissensberufen),
- ein verändertes Schichtungssystem, das auf Bildung basiert,
- veränderte Machtstrukturen zwischen Staat und Wirtschaft und
- neue Konfliktlinien zwischen Wissens- und Dienstleistungsarbeitern.

Wersig (1996: 14) beschreibt die Informationsgesellschaft als eine durch Digitalisierung und Vernetzung geprägte Gesellschaft, „in der die existierende Komplexität (...) durch geeignete (...) Hilfsmittel reduziert wird“. Andere Ansätze zur Informationsgesellschaft stellen die Annahme in den Vordergrund, dass „aufgrund technischer Wandlungen eine rasch zunehmende Zahl von Beschäftigten in Informationsberufen tätig sei und Informationen den größten Beitrag zum Nationaleinkommen leisten“ (Kleinsteuber 1999: 21). Allerdings wird dabei nicht spezifiziert, was genau unter Informationsberufen zu verstehen ist, so dass eine Festlegung des Status „Informationsgesellschaft“ auf dieser Basis nicht möglich scheint. Trotzdem gehen Klumpp et al. (2008: 2) davon aus, dass die neuen Rahmenbedingungen der Informationsgesellschaft schon längst gelten, die vielbeschworene Schwelle längst überschritten ist. Die Erwartungen, die mit der Informationsgesellschaft verbunden waren und sind, wurden jedoch bislang nur zu einem geringen Teil erfüllt. So steht die Hoffnung, dass der freie Zugang zu und der Austausch von Informationen über das Internet die Teilhabe am demo-

kratischen System steigert, den tatsächlichen Interessen der Nutzer diametral gegenüber (vgl. Mai 2005: 22).

Letztlich geht es bei dem Begriff der Informationsgesellschaft um eine gesellschaftstheoretische Verortung, die einen bestimmten – vor allem ökonomischen – Entwicklungsstand aufzeigt. Der Beginn der ökonomischen Entwicklung findet sich in der Agrargesellschaft, in welcher Land- und Forstwirtschaft dominieren. Aufgrund des technischen Fortschritts nimmt die industrielle Produktion, die zunehmend durch Arbeitsteilung gekennzeichnet ist, diesen Platz ein. Dadurch entsteht eine differenzierte Industriegesellschaft, die „ein bestimmtes Maß an Selbststeuerungsfähigkeit“ (Zapf 2008: 258) besitzt.

Unklar bleibt in den wissenschaftlichen Auseinandersetzungen mit der Informationsgesellschaft allerdings häufig, wie sie in der gesellschaftlichen Entwicklung eingeordnet werden kann. Handelt es sich um einen Aspekt der Dienstleistungsgesellschaft, der besonders hervorgehoben wird? Oder stellt sie bereits eine vierte eigene Entwicklungsstufe dar? Oder wiederum nur einen Aspekt einer – wie auch immer gearteten – anderen vierten Entwicklungsstufe?⁴ Hensel (1990: 27) argumentiert, dass der für die dritte Entwicklungsstufe häufig gebrauchte Begriff der Dienstleistungsgesellschaft „wenig hilfreich zur Analyse eines ökonomischen und gesellschaftlichen Strukturwandels“ sei, da er lediglich die hochentwickelte Industriegesellschaft beschreibt. Stattdessen versteht er die Informationsgesellschaft als dritte Entwicklungsstufe, welche entscheidend durch technologische Entwicklungen bei der Speicherung und Verarbeitung von Informationen geprägt wird. Löffelholz/Altmeyen (1994: 571) sprechen der Informationsgesellschaft hingegen den „Anspruch auf ein universales Gesellschaftskonzept“ ab.

In jedem Fall lenkt der Begriff der Informationsgesellschaft die Aufmerksamkeit auf die rasche Entwicklung der Informationstechnologie und deren Folgen. Bentele (1994b: 132) zufolge ist die Informationsgesellschaft dadurch gekennzeichnet, dass der Informationssektor der Gesellschaft eine bestimmte Quantität und eine ökonomische Größenordnung erreicht. Informationen werden auf technisch hohem Niveau verarbeitet, immer neue Informationstechnologien entstehen und die Vernetzung von Informationssystemen schreitet schnell voran. Dadurch steigt auch die Informationsintensität (vgl. Cappelmann 2007: 89). Diese nachhaltigen Entwicklungen ziehen zudem Veränderungen im Arbeitsleben in Form von neuen Produktionsformen, höheren Anforderungen an Fachkenntnisse und eine veränderte Ausbildungsintensität nach sich (vgl. Härmäläinen 2009: 275). Der Deutsche Bundestag (1998: 255) geht davon aus, dass die „neu-

⁴ Es ist nicht Ziel dieser Arbeit, eine solche gesellschaftstheoretische Verortung vorzunehmen. Im Vordergrund stehen vielmehr die dahinterliegenden Entwicklungen, welche sich auch als bedeutsam für die Verortung des öffentlichen Vertrauens erweisen.

en Informations- und Kommunikationstechniken (...) unmittelbare und mittelbare Auswirkungen auf fast alle Lebensbereiche“ haben.

Für die Kommunikationswissenschaft ist der Begriff der Informationsgesellschaft von Relevanz, da die informationstechnischen Entwicklungen⁵ ausschlaggebend für die Entstehung und Ausdifferenzierung der Massenmedien waren.⁶ Dementsprechend wird nachfolgend vor allem dieser Aspekt diskutiert. Die theoretische Auseinandersetzung findet sowohl unter dem Begriff Mediengesellschaft⁷ als auch unter dem Begriff Kommunikationsgesellschaft statt. Allerdings sind keine deutlichen inhaltlichen Differenzen zwischen den Begriffen festzustellen. Beide nehmen letztlich Bezug „auf die Ausdifferenzierung der Medien zu einem eigenlogischen Teilbereich“ (Imhof et al. 2004: 11). In Auseinandersetzung mit dem Begriff der Informationsgesellschaft gelangt Hämäläinen (2009: 277) zu der Überzeugung, dass die Informationsgesellschaft auch eine Mediengesellschaft sei, „in der Massenkommunikation und Unterhaltung das tägliche Leben von Menschen erfüllen“. Eine andere Position nimmt Schenk (1992: 258) ein, der die Massenkommunikation bereits in der Industriegesellschaft verortet. Die Informationsgesellschaft hingegen, sei durch Individualmedien und spezialisierte Medienkommunikation gekennzeichnet. Löffelholz/Altmeyen (1994: 577) konzeptualisieren die Informationsgesellschaft als eine Mediengesellschaft, „in der Organisation und Komponenten selbstorganisierender Systeme sowie soziale Systeme untereinander zunehmend über Informationsangebote gekoppelt werden, die von eigenständigen Medienteilsystemen produziert und distribuiert werden“. Die Medien- und Kommunikationsgesellschaft wird in dieser Arbeit als Teilaspekt der Informationsgesellschaft verstanden und im Folgenden näher erläutert.

In der Informationsgesellschaft findet der Austausch von Informationen nur noch in geringem Maße in Situationen gegenseitiger Präsenz statt. Eine zentrale Rolle für die Informationsvermittlung nehmen hingegen Medienberichte ein (vgl. Götsch 1994: 1, Bierhoff 2002: 241). Geprägt wird die Mediengesellschaft durch eine quantitative und qualitative Ausbreitung publizistischer Medien, veränderte Angebots- und neue Medienformen, eine Zunahme von Vermittlungsleistung und -geschwindigkeit von Informationen durch Medien, eine Durchdringung aller gesellschaftlicher Bereiche (Medialisierung) und durch gesamtge-

⁵ Auf eine Rekonstruktion der Entwicklung der modernen Informations- und Kommunikationstechnologien wird an dieser Stelle verzichtet. Vgl. zur Ausdifferenzierung des Mediensystems u. a. Eisenegger (2005: 58 ff.) und Gerhards (1994: 85 ff.).

⁶ Trotz des fehlenden Konsenses über die Konturen der Informationsgesellschaft wird der Begriff häufig wie selbstverständlich verwendet. So legen Siegert/Brecheis (2010) ein Buch zur „Werbung in der Medien- und Informationsgesellschaft“ vor, ohne eine Einordnung dieser vorzunehmen oder Inhalte und Merkmale zu explizieren. Ähnliches ist bei Mai (2005) vorzufinden.

⁷ Vgl. hierzu auch den Sammelband von Imhof et al. (2004).

sellschaftliche Aufmerksamkeit und Anerkennung für Medien (vgl. Jarren 2001: 11). Münch (1991: 13) nutzt den Begriff der Kommunikationsgesellschaft und verortet diese als neue „Entwicklungsstufe der ungeheuren Vermehrung, Beschleunigung, Verdichtung und Globalisierung von Kommunikation“. Der öffentliche Diskurs – der mehrheitlich durch Massenmedien angetrieben und gelenkt wird – gelangt dadurch „in das Zentrum des gesellschaftlichen Geschehens“ (Münch 1991: 18), führt zu mehr Aufmerksamkeit für Probleme sowie fehlerhaftes Verhalten und zieht letztlich den permanenten Umbau der Gesellschaft nach sich. Auf Seiten der Rezipienten stellt sich damit die Frage, wie mit der Vielzahl an Medien und Kanälen und der daraus resultierenden Informationsüberflutung umzugehen ist. Hommerich (2009: 77) bezweifelt, dass der bessere Zugang zu Informationen die Bürger gleichzeitig in die Lage versetzt, „diese Informationen zu verlässlichen, problemlösendem Wissen zusammenzufügen“. Es wird vielmehr zur Herausforderung, „Wesentliches von Unwesentlichem, Wahres von Unwahrem, Wichtiges von Unwichtigem und Wertvolles von Wertlosem zu unterscheiden“ (Hämäläinen 2009: 277). Capurro (2008: 53) zufolge führt die Informationsgesellschaft sogar zu einer informationellen Angst.

Von zentraler Bedeutung für die Mediengesellschaft ist Eisenegger (2005: 62 ff.) zufolge die Medialisierung, welche für die Gesellschaft und ihre Teilsysteme grundlegende Prozesse der Steuerung, Beeinflussung und Anpassung nach sich zieht. Ein Indikator der Medialisierung ist die Anpassung von Teilsystemen oder Organisationen an die „Selektions-, Interpretations- und Präsentationslogiken“ (Eisenegger 2005: 63) der Medien. Vor allem in Organisationen bringt dies einen Bedarf nach Ausdifferenzierung und Professionalisierung der Kommunikation mit sich. Die eigenlogischen Mechanismen der Kommunikationsgesellschaft führen auch Münch (1991: 17) zu der Schlussfolgerung, dass Akteure und Organisationen die öffentliche Aufmerksamkeit strategisch nutzen müssen, um ihre Ziele zu erreichen. Die Selektionslogik und Aufmerksamkeitstrategien der Medien werden im Weiteren noch betrachtet. Festgehalten werden kann an dieser Stelle, dass eine zentrale Funktion der Mediengesellschaft und damit auch der Informationsgesellschaft die Herstellung von Öffentlichkeit ist (vgl. Rössler 2008: 363). Die verschiedenen Dimensionen und Funktionen von Öffentlichkeit gilt es nachfolgend darzustellen.

2.2 Öffentlichkeit und öffentliche Meinung

Öffentlichkeit wird als „zentrale Kategorie“ (Jarren/Donges 2011: 95), als „relevante Bezugsgröße“ (Gerhards/Neidhardt 1991: 34) oder auch als „Leitbegriff“ (Peters 1994: 42) für das Verständnis moderner demokratischer Gesellschaften

benannt. Dabei beschreibt der Begriff zuallererst das Gegenteil von Privatheit oder Geheimnissen (vgl. Rühl 1993: 95). Welche wissenschaftlichen Vorstellungen zum Begriff der Öffentlichkeit bestehen und welcher Zusammenhang zum Begriff der öffentlichen Meinung hergestellt werden kann, wird im Weiteren aufgezeigt.

Die soziologische Diskussion des Begriffs Öffentlichkeit wurde maßgeblich durch das normative *Diskursmodell* von Habermas (1990) und das systemtheoretische *Spiegelmodell* von Luhmann geprägt. Im „Strukturwandel der Öffentlichkeit“ beschreibt Habermas Öffentlichkeit entwicklungsgeschichtlich und legt einen demokratietheoretischen Idealtypus vor: Der Diskurs der Bürger sollte sich dadurch auszeichnen, dass die Teilnahme unabhängig vom gesellschaftlichen Status möglich ist, jegliche Themen problematisiert werden können und das Publikum prinzipiell ungeschlossen ist (vgl. Habermas 1990: 97 f.). Dahinter steht das normative Ziel des herrschaftsfreien Diskurses aller Bürger. Letztlich beschreibt Öffentlichkeit die Bedingungen, „unter denen die diskursive Meinungs- und Willensbildung eines Publikums von Staatsbürgern zustande kommen kann“ (Habermas 1990: 38). Diese idealtypische Öffentlichkeit erscheint unter den heutigen Bedingungen der Dominanz der Massenmedien jedoch nur schwerlich aufrechtzuerhalten. Die realen Kommunikationsbedingungen der modernen Gesellschaft sind vielmehr gekennzeichnet durch Ungleichheiten und Asymmetrien in den Kommunikationsverhältnissen, durch Einflüsse von sozialen Stratifikations- und politischen Machtstrukturen, eine ungleiche Wissensverteilung und interne Differenzierungen der öffentlichen Sphäre (vgl. Peters 1994: 51 ff.). Vor allem die mediale Öffentlichkeit kann kaum zu einer rationalen Verständigung beitragen, da Diskurs und Argumentationsaustausch zwischen allen gesellschaftlichen Gruppen durch die Dominanz weniger starker Akteursgruppen erschwert werden (vgl. Gerhards 1998: 695, Theis-Berglmair 2008: 335).

Das auf der Systemtheorie beruhende *Spiegelmodell* nach Luhmann (2005: 172) stellt weniger normative Ansprüche. Öffentlichkeit wird als Spiegel verstanden, welcher einerseits zur Beobachtung anderer Akteure und andererseits zur Selbstbeobachtung dient. Damit ist die Realität der Massenmedien als „Realität der Beobachtung zweiter Ordnung“ (Luhmann 2009: 105) einzuordnen. Öffentlichkeit verfolgt in diesem Modell nicht das Ziel einer konsensualen Meinungsbildung, sondern eine Übereinstimmung im Sinne der „Akzeptanz von Themen der öffentlichen Kommunikation“ (Theis-Berglmair 2008: 341). Insofern kommt der Öffentlichkeit aus normativem Blickwinkel lediglich eine Transparenzfunktion zu (vgl. Gerhards 1998: 695, Donges/Imhof 2010: 192, Beck 2007: 103). Die Aufgabe der Öffentlichkeit gilt dann als erfüllt, wenn in ihr alle gesellschaftlichen Themen und Meinungen widergespiegelt werden. Holtz-Bacha

et al. (1998: 11) merken jedoch zurecht an, dass „die Medien nicht einfach Spiegel der Realität sein können, sondern daß sie diese (re)konstruieren müssen“.

In der Kommunikationswissenschaft analysieren Gerhards/Neidhardt (1991) Öffentlichkeit im Spannungsfeld von Handlungs- und Systemtheorie, ausgehend von einer makrosoziologischen Untersuchung von Entstehungsbedingungen und Funktionen von Öffentlichkeit. Öffentlichkeit gewinnt demnach vor allem aufgrund der funktionalen Differenzierung der Moderne an Bedeutung und wird als intermediäres System konzeptualisiert, welches zwischen politischem System und Bürgern oder anderen gesellschaftlichen Teilsystemen vermittelt (vgl. Gerhards/Neidhardt 1991: 41). Öffentlichkeit sammelt und verarbeitet Informationen und gibt diese weiter (vgl. Neidhardt 1994b: 8). Sie schafft so Orientierung und Kontrolle für Politik und Gesellschaft. Öffentlichkeit als intermediäres System wird von Theis-Berglmair (2008: 340) als „Konzept im Übergang“ zwischen normativen und systemtheoretischen Überlegungen eingeordnet.

Mit Neidhardt (1994b: 8 f.) lassen sich drei Prinzipien und Funktionen von Öffentlichkeit festhalten: Transparenz, Validierung und Orientierung. *Transparenz* bezieht sich dabei sowohl auf die Offenheit für alle Akteure der Gesellschaft als auch auf die Offenheit gegenüber allen Themen und Meinungen. Die *Validierungsfunktion* meint, dass innerhalb der Öffentlichkeit Themen und Meinungen diskursiv behandelt werden und immer auch eine Revision dieser möglich ist. *Orientierung* bietet Öffentlichkeit, indem sie Probleme und Problemlösungen sowie deren unterschiedliche Akzeptanz bei verschiedenen Akteuren aufzeigt (vgl. Neidhardt 1994a: 26). Aufgrund der Offenheit gegenüber allen Gesellschaftsmitgliedern muss sich das Kommunikationssystem Öffentlichkeit am Verständnis des Durchschnittsbürgers orientieren. Die Öffentlichkeit zeichnet sich insofern durch eine Laienorientierung – also die Verbreitung allgemein verständlicher Inhalte – aus (vgl. Neidhardt 1994b: 13).

Unter Berücksichtigung der Anzahl der Kommunikationsteilnehmer und der strukturellen Verankerung unterscheiden Gerhards/Neidhardt (1991: 49 ff.) drei Ebenen der Öffentlichkeit, welche ihre Ausdifferenzierung historisch-systematisch beschreiben: Encounters, öffentliche Veranstaltungen und Massenmedienkommunikation. Die *Encounter-Ebene* bezieht sich auf die zufällige, interpersonale Kommunikation unter Anwesenden. Sie beschreibt damit die früheste und elementarste Ausprägungsform von Öffentlichkeit, in der jeder Teilnehmer als Sprecher und zugleich als Publikum wirken kann. Diese einfachen Interaktionssysteme sind vergleichsweise strukturlos und zerbrechlich. Ihre Wirkungen sind aufgrund der geringen Teilnehmerzahl, der fehlenden Themenkontinuität und dem episodischen Charakter sowohl räumlich als auch zeitlich und sozial begrenzt (vgl. Gerhards/Neidhardt 1991: 51, Eisenegger 2005: 50). Bei öffentlichen Veranstaltungen – auch als *Themen- oder Versammlungsöffentlich-*

keiten bezeichnet – handelt es sich ebenfalls um öffentliche und an Anwesenheit gebundene Interaktionssysteme, die allerdings ein Thema fokussieren und damit „die Chancen der Synthetisierung von Meinungen und der Herstellung einer öffentlichen Meinung“ (Gerhards/Neidhardt 1991: 53) steigern. Versammlungen, Veranstaltungen oder Demonstrationen sind in der Regel organisiert, wenden sich an ein größeres Publikum als Encounters und bilden damit eine Zwischenform der öffentlichen Kommunikation. Im Gegensatz zu den Encounters kommt es nur selten zum Rollenwechsel zwischen Sprecher und Publikum, wobei dem Publikum aber noch eine gewisse Handlungsfreiheit zukommt. In einer modernen Gesellschaft nehmen Encounter- und Versammlungsöffentlichkeiten allerdings eine untergeordnete Position ein (vgl. Imhof 1996: 229, Rössler 2008: 363). Denn durch die *Massenmedienkommunikation* kann kontinuierlich ein disperses, prinzipiell unbegrenztes Publikum erreicht werden. Die Wirkung ist damit räumlich, zeitlich und sozial unbegrenzt. Diese dritte Ebene der Medienöffentlichkeit setzt eine technische Infrastruktur genauso voraus wie ausdifferenzierte, professionalisierte und organisational verankerte Leistungsrollen. Ein Rollenwechsel wird auf dieser Ebene nahezu unmöglich, denn Publikums-, Vermittler- und Sprecherrollen sind festgelegt. Die klassischen Massenmedien drängen das Publikum in eine passiv rezipierende Rolle. Die Medienöffentlichkeit ist also in hohem Maße strukturiert und wendet sich mit unterschiedlichsten Themen an eine große Anzahl von Teilnehmern (vgl. Beck 2007: 133). Mit den Massenmedien nimmt Öffentlichkeit „den Charakter eines ausdifferenzierten Teilsystems der Gesellschaft“ (Gerhards 1994: 84) an.

Folgt man dem Arenamodell, lässt sich *Öffentlichkeit als Netzwerk von Arenen* und Kommunikationseinflüssen beschreiben, das sowohl funktional als auch segmentär und stratifikatorisch differenziert ist (vgl. Dongs/Imhof 2010: 195 ff.). Arenen werden konstituiert durch den Austausch der Akteure in der Arena und die Beobachtung der Arena durch das Publikum (vgl. Abb. 2). Neben der dominierenden politischen Arena existiert eine Vielzahl weiterer Arenen, wie die der Wirtschaft, der Kunst, der Wissenschaft (vgl. Tobler 2006: 109). Innerhalb der Arenen findet thematisch verdichtete Kommunikation zwischen Akteuren – ein Wettbewerb um die Aufmerksamkeit der Beobachter – statt. Sowohl die private als auch die öffentliche Anschlusskommunikation der Akteure auf Encounter-, Versammlungs- oder Medienebene orientiert sich an den Kommunikationsereignissen der Arenen (vgl. Imhof 2008: 73). Bei den Sprechern innerhalb der Arena handelt es sich um Angehörige kollektiver oder korporativer Akteure.⁸ Diese versuchen, Aufmerksamkeit und Zustimmung für ihre Ansichten

⁸ Sprecher können dabei sowohl als Repräsentanten, Advokaten, Experten, Intellektuelle oder als Kommentatoren auftreten (vgl. Neidhardt 1994b: 14). Die Rolle des Kommentators kommt dabei Journalisten zu, die Meinungsbeiträge produzieren.

und Themen zu erhalten. Dafür wenden sie Thematisierungs- und Überzeugungsstrategien an (vgl. Neidhardt 1994b: 18). Die Vermittlung dieser öffentlichen Kommunikation läuft nicht ausschließlich aber doch primär über Massenmedien. Den Medien kommt die Aufgabe zu, die öffentliche Kommunikation für die Gesellschaft dauerhaft beobachtbar zu erhalten (vgl. Donges/Imhof 2010: 196). Damit Sprecher mit ihren Themen zum Publikum durchdringen, müssen sie also zuerst die Vermittler erreichen (vgl. Neidhardt 1994a: 20). Medien können aber nicht alle Themen aufnehmen, die an sie herangetragen werden, und greifen deshalb auf bestimmte Auswahlkriterien zurück. Diese Auswahlkriterien werden auch durch den existierenden Wettbewerbsdruck unter den verschiedenen Medien notwendig und forciert.

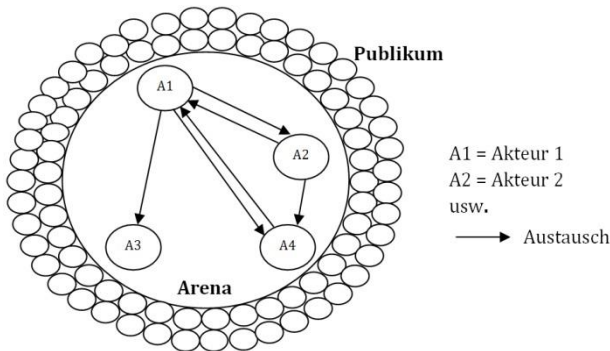


Abbildung 2: Austausch der Akteure innerhalb der Arena (Quelle: Eigene Darstellung)

Auch Zerfaß (2010) setzt sich mit dem Begriff der Öffentlichkeit auseinander. Er stellt fest, dass verschiedene Öffentlichkeiten existieren, die für sich „eine Arena für sphärenspezifische Kommunikationshandlungen bilden“ (Zerfaß 2010: 197) und sich hinsichtlich Themen, Akteuren, Kommunikationsstrukturen und Funktionen unterscheiden. Einen besonderen Stellenwert nähme die gesellschaftspolitische Öffentlichkeit ein (vgl. Zerfaß 2010: 201 ff.). Denn diese ist dadurch gekennzeichnet, dass prinzipiell allen Bürgern ein Zugang möglich ist, eine Orientierung an Laiensprache erfolgt und zur Vermittlung Massenmedien eingesetzt werden. Darüber hinaus nimmt die gesellschaftspolitische Öffentlichkeit nachhaltigen Einfluss auf die Themen anderer Kommunikationsarenen (vgl. Abb. 3).

Von Öffentlichkeiten unterscheidet Zerfaß (2010: 204) Teilöffentlichkeiten bzw. Kommunikationsforen als „raumzeitlich verfestigte Interaktionsmuster“. Innerhalb einer Arena lassen sich damit verschiedene Foren voneinander abgrenzen.

zen. In Anlehnung an Gerhards/Neidhardt differenziert Zerfaß (2010: 205 f.) zwischen episodischen Teilöffentlichkeiten, veranstalteten Präsenzöffentlichkeiten, kontrollierten Medienöffentlichkeiten und abstrakten Teilöffentlichkeiten. Trotz der prinzipiellen Abgrenzbarkeit der Foren treten in der Realität Überschneidungen zwischen diesen auf, auch können innerhalb von Foren unterschiedliche Öffentlichkeiten reproduziert werden.

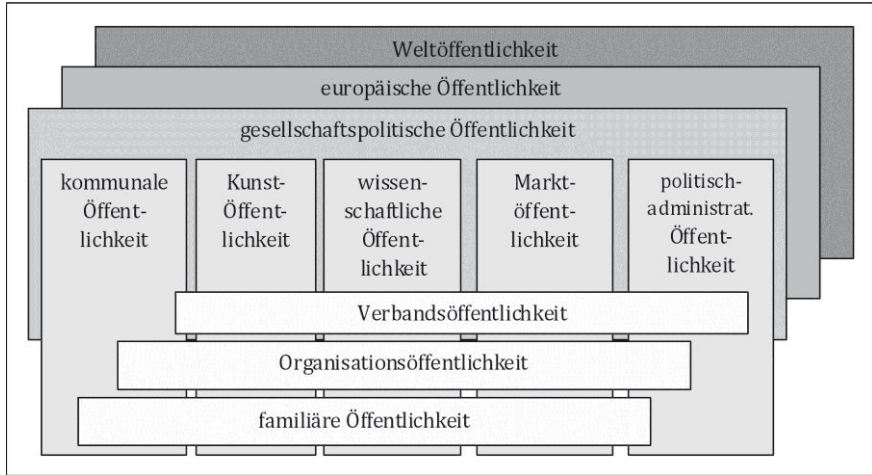


Abbildung 3: Kommunikationsarenen moderner Gesellschaften (Quelle: Zerfaß 2010: 201)

Das Zusammenspiel von Sprechern, Vermittlern und Publikum ist ein komplexer Prozess, der letztlich *öffentliche Meinung* hervorbringt (vgl. Neidhardt 1994a: 21). Der Begriff der öffentlichen Meinung steht damit in engem Zusammenhang mit dem der Öffentlichkeit. Allerdings liegt auch für diesen Begriff bislang noch keine allgemein akzeptierte Definition vor (vgl. Pfetsch/Bossert 2006: 204). Gerhards (1998: 694) beschreibt öffentliche Meinung als das „Produkt der Kommunikationen in der Öffentlichkeit“. Öffentliche Meinung wird aber auch als „kollektive Vorstellungen mehr oder weniger großer Bevölkerungsgruppen über das, was wichtig, richtig und dann auch dringend zu tun ist“ (Neidhardt 1994a: 21) oder als Meinung, „die in öffentlichen Kommunikationen mit breiter Zustimmung rechnen kann, eine Meinung, die sich in den Arenen öffentlicher Meinungsbildung durchgesetzt hat und insofern ‚herrschende‘ Meinung darstellt“ (Gerhards/Neidhardt 1991: 42) definiert. Die Soziologie versteht unter

Vertrauen in das Gesundheitssystem

Wie unterschiedliche Erfahrungen unsere Erwartungen
prägen

Grünberg, P.

2014, XII, 404 S. 37 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-04349-0