

# Theorie unklarer Öffentlichkeit

*Jakob Jünger. Stand 12.12.2018*

Die folgende Zusammenstellung enthält die wesentlichen Aussagen der Theorie unklarer Öffentlichkeit. Die Formulierungen sind soweit wie möglich im Wortlaut aus dem Haupttext (Jünger 2018) übernommen. Aussagen aus Tabellen wurden ggf. ausformuliert, längere Passagen aus dem Fließtext zusammengefasst. Erläuterungen und Fußnoten wurden eingespart. An den entsprechenden Stellen sind die zugehörigen Abbildungen eingefügt.

Die Aussagen sind fortlaufend nummeriert, wobei der performative Status durch einen Buchstaben markiert wird:

D = Definitionen, das heißt begriffsbildende Aussagen. In der Regel handelt es sich um Nominaldefinitionen. Einige Aussagen benennen aber auch Indikatoren für eine empirische Operationalisierung.

T = Theoreme oder Axiome, das heißt Aussagen zu grundlegenden theoretischen Erklärungszusammenhängen oder Prozessen.

E = Empireme, das heißt aus den Gruppendiskussionen gewonnene Aussagen.

H = Hypothesen, das heißt für die experimentelle Überprüfung aus der Theorie abgeleitete Aussagen.

Die Zuordnung der Aussagen zu diesen Kategorien ist vorläufig, so lange keine Formalisierung der Theorie vorliegt. Insbesondere kann gegenwärtig nicht zwischen Axiomen und Theoremen unterschieden werden. Auch einige der Definitionen sind axiomatisch, da nicht immer alle Redeteile im Definiens explizit definiert sind. Die Kennzeichnungen spiegeln also zunächst nur die Genese der Theorie wieder und sollen bei der Weiterentwicklung behilflich sein.

Zu beachten ist weiterhin, dass die Aussagen beobachterrelativ zu verstehen sind, ohne dass dies explizit ausformuliert wird. Beispielsweise hängt soziale Distanz von der Wahrnehmung eines Beobachters ab. Somit sind auch alle Verwendungen des Öffentlichkeitsbegriffs immer relativ auf einen Beobachter. Damit ist die Hoffnung verbunden, dass der Zuschreibungscharakter prinzipiell durch einen entsprechenden logischen Kalkül aufgefangen werden kann.

## 1. Begriffliche Grundlagen

### 1.1. Öffentlichkeit

- (D1) Öffentlichkeit ist die Eigenschaft einer Kommunikationssituation, öffentlich zu sein.
- (D2) Eine Kommunikationssituation ist genau dann öffentlich, wenn die Mitteilung erstens öffentlich adressiert ist, zweitens öffentlich zugänglich ist und drittens öffentliche Aufmerksamkeit erfährt.
- (D3) Eine Kommunikationssituation ist genau dann nichtöffentlich, wenn die Mitteilung weder öffentlich adressiert ist, noch öffentlich zugänglich ist, noch öffentliche Aufmerksamkeit erfährt.
- (T1) Adressierung, Zugänglichkeit und Aufmerksamkeit sind Kommunikationsbeziehungen.
- (D4) Eine Kommunikationsbeziehung ist genau dann öffentlich, wenn die Akteure in sozialer Distanz zueinander stehen.
- (D5) Eine Kommunikationsbeziehung ist genau dann nichtöffentlich, wenn die Akteure in sozialer Nähe zueinander stehen.

### 1.2. Beziehungen

#### 1.2.1. Soziale Distanz

- (D6) Akteure stehen genau dann zueinander in sozialer Distanz, wenn die Beziehung zwischen ihnen unbestimmt und unpersönlich ist und die Grenze eines salienten Bezugssystem überschreitet.
- (D7) Akteure stehen genau dann zueinander in sozialer Nähe, wenn die Beziehung zwischen ihnen konkret und persönlich ist und beide dem salienten Bezugssystem angehören.
- (D8) Eine konkrete Beziehung liegt vor, wenn Individuen einem Publikum individuell zugerechnet werden.

- (D9) Eine unbestimmte Beziehung liegt vor, wenn Individuen einem Publikum nicht individuell zugerechnet werden.
- (D10) Der Grad an Konkretheit bemisst sich am Umfang ein- und ausschließender Merkmale (z. B. Gruppen- oder Rollenzugehörigkeit).
- (D11) Persönliche Bekanntheit ist durch gemeinsames Wissen und eine gemeinsame Verantwortung zwischen zwei konkreten Personen gekennzeichnet.
- (D12) Fremdheit liegt vor, wenn die Beziehung zwischen zwei konkreten Personen nicht durch gemeinsames Wissen und eine gemeinsame Verantwortung gekennzeichnet ist.
- (D13) Der Grad persönlicher Bekanntheit bemisst sich am Umfang gemeinsamen Wissens und gemeinsamer Verantwortung (z. B. identifizierende Informationen).
- (D14) Geteilte Zugehörigkeit liegt vor, wenn Mitteilender und Rezipient einem gemeinsamen salienten System zugerechnet werden.
- (D15) Nichtzugehörigkeit liegt vor, wenn Mitteilender und Rezipient nicht einem gemeinsamen salienten System zugerechnet werden.
- (D16) Der Grad von sozialer Nähe durch geteilte Zugehörigkeit bemisst sich an der Anzahl gemeinsamer Bezugssysteme (z.B. Organisationen und Teilorganisationen).

### **1.2.2. Adressierung**

- (D17) Das adressierte Publikum einer Mitteilung umfasst die Menge aller Akteure, die vom Mitteilenden adressiert werden.
- (D18) Eine Mitteilung ist an eine Menge von Personen adressiert, wenn der Mitteilende die Rezeption durch diese Personen antizipiert und wünscht.
- (D19) Der Grad der Adressierung einer Mitteilung an eine Person ist bestimmt durch die Konkretheit der Adressierung, die Gewünschtheit der Rezeption sowie die Fokussierung (bei Mehrfachadressierung).

- (D20) Unter konkreter bzw. unkonkreter Adressierung wird verstanden, dass die Personen in der Menge adressierter Personen einzeln spezifiziert bzw. abstrakt sind. Eine Form unkonkreter Adressierung ist selbstselektive Adressierung, wenn eine Mitteilung an alle diejenigen Personen adressiert wird, die sich dafür interessieren, ohne dass der Mitteilende die Personen konkret vor Augen hat.
- (D21) Der Grad der Gewünschtheit von Adressierung bewegt sich zwischen einem negativen und einem positiven Pol. Als negative Adressierung soll im Sinne negativer Desideration die Ablehnung antizipierten Verstehens verstanden werden, positive Adressierung stellt dann die Gewünschtheit von Rezeption dar.
- (D22) Adressierung kann sich auf mehrere Personenkreise gleichzeitig beziehen. Etwa in Talkshows adressieren sich die Gäste und Moderatoren wechselseitig, sie tun dies aber gleichzeitig vor einem nicht näher bekannten Publikum. In einem solchen Rahmen stellen sich die Interaktanten auf mehrere Adressaten gleichzeitig ein, aber unterschiedlich stark fokussiert.

### **1.2.3. Zugänglichkeit**

- (D23) Das potenzielle Publikum einer Mitteilung umfasst die Menge aller Akteure, denen die Mitteilung zugänglich ist.
- (D24) Eine Mitteilung ist für eine Menge von Personen zugänglich, wenn der Aufwand, der zur Rezeption aufgebracht werden müsste, von diesen Personen aufgebracht werden kann.
- (D25) Der Grad der Zugänglichkeit einer Mitteilung für eine Person ist bestimmt durch das Ausmaß körperlicher, zeitlicher, ökonomischer, kognitiver, psychischer und sozialer Kosten zur Überwindung architektonischer, normativer, wissensbasierter oder ökonomischer Barrieren.
- (D26) Architektonische Barrieren umfassen physikalische und technische Gegebenheiten, die die Wahrnehmbarkeit von Kommunikaten einschränken. Kommunikation ist an körperliche Voraussetzungen

gebunden, weil erst Augen-, Ohren- oder Tastsinn die Wahrnehmung von Kommunikaten ermöglichen. Für technisch-vermittelte Kommunikation sind zudem zur Infrastruktur passende Endgeräte erforderlich.

- (D27) Soziale Normen nehmen in Form von Gesetzen oder Konventionen auf Zugänglichkeit Einfluss, indem bei einem Bruch soziale Sanktionen zu erwarten sind. Soziale Sanktionen verursachen durch Ächtung oder Ablehnung psychologische und soziale Kosten, mitunter auch ökonomische Kosten.
- (D28) Wissen nimmt Einfluss auf Zugänglichkeit, da für ein Verstehen von Aussagen kognitive Voraussetzungen erfüllt sein müssen. Ebenso müssen prozedurale und soziale Regeln beherrscht werden. Wissen und Zugänglichkeit stehen nicht immer in einem positiven Zusammenhang zueinander, etwa wenn Wissen in Form antizipierter negativer Wirkungen die Vermeidung von Rezeption wahrscheinlicher macht, da psychologische Kosten entstehen würden.
- (D29) Ökonomisch wird Zugänglichkeit durch das Ausmaß benötigter finanzieller Ressourcen beeinflusst, da sowohl Medienprodukte als auch die Nutzung technischer Infrastrukturen in der Regel direkt oder indirekt Geld kosten.
- (T2) Geld steht in Transformationsbeziehungen zu anderen Medien. Physikalische Vorgänge in Form körperlicher Arbeit (Architektur), soziale Vorgänge in Form von Machtdurchsetzung (Normen) und kognitive Vorgänge in Form geistiger Arbeit (Wissen) können einerseits zum Gelderwerb eingesetzt und andererseits durch Geld eingekauft werden.

#### **1.2.4. Aufmerksamkeit**

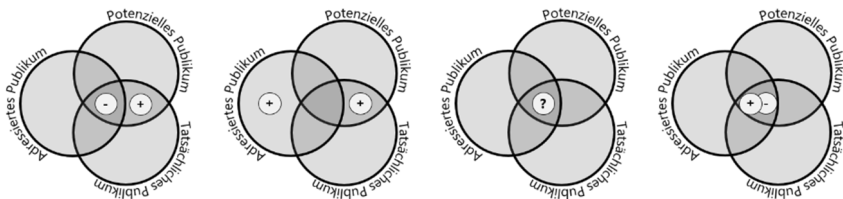
- (D30) Das tatsächliche Publikum einer Mitteilung umfasst die Menge aller Akteure, die einer Mitteilung Aufmerksamkeit widmen.

- (D31) Einer Mitteilung kommt von einer Menge von Personen Aufmerksamkeit zu, wenn diese Personen kognitive Ressourcen zum Verstehen der Mitteilung aufwenden.
- (D32) Der Grad an Aufmerksamkeit, der einer Mitteilung durch eine Person zukommt, ist bestimmt durch die Häufigkeit, Intensität, Fokussierung und Freiwilligkeit der tatsächlichen Rezeption.
- (D33) Der absolute bzw. relative Grad an Aufmerksamkeit, der einer Mitteilung durch eine Menge von Personen zukommt, ist bestimmt durch die absolute bzw. relative Reichweite der Mitteilung.
- (D34) Die Häufigkeit der Rezeption ist bestimmt durch die Anzahl der Kontakte mit einer Mitteilung.
- (D35) Die Intensität der Zuwendung ist bestimmt durch das Ausmaß kognitiver und affektiver Auseinandersetzung mit dem Kommunikat, sie fällt mal flüchtiger und mal intensiver aus.
- (D36) Die Fokussierung der Aufmerksamkeit meint das Ausmaß, in dem Aufmerksamkeit ganz auf einen Text oder einen Interaktionspartner gerichtet ist oder Kommunikate ‚im Vorbeigehen‘ wahrgenommen werden.
- (D37) Die Freiwilligkeit der Rezeption ist eingeschränkt, wenn Aufmerksamkeit erzwungen wird, etwa wenn man sich Gesprächen zwischen Dritten in öffentlichen Verkehrsmitteln aufgrund der Lautstärke nicht entziehen kann.

### 1.3. Unklare Öffentlichkeit

Abbildung 1: Formen unklarer Öffentlichkeit

- a) Uneindeutigkeit      b) Inkongruenz      c) Unsicherheit      d) Komplexität



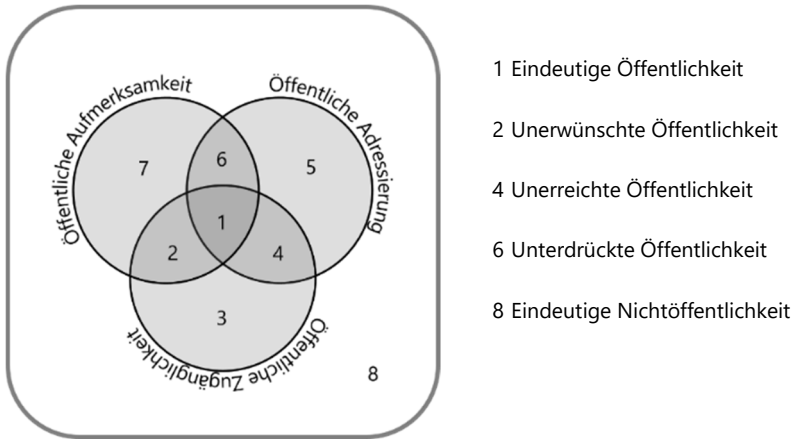
Die Beispiele beziehen sich vereinfachend auf maximal zwei Rezipienten (kleine Kreise). Deren Positionierung innerhalb der großen Kreise zeigt an, in welcher Kommunikationsbeziehung die Akteure jeweils stehen. Die soziale Distanz zum Mitteilenden ist durch Pluszeichen (hohe Distanz/öffentlich), Minuszeichen (geringe Distanz/nichtöffentlich) und Fragezeichen (unsichere Distanz/nicht entscheidbar) gekennzeichnet.

- (D38) Eine Situation ist genau dann unklar-öffentlich, wenn sie uneindeutig-öffentlich, inkongruent-öffentlich, unsicher-öffentlich und/oder komplex-öffentlich ist.



### 1.3.1. Uneindeutigkeit

Abbildung 2: Formen uneindeutiger Öffentlichkeit



- (D39) Eine Kommunikationssituation ist genau dann uneindeutig-öffentlich, wenn Adressierung, Zugänglichkeit und Aufmerksamkeit nicht alle gleichermaßen öffentlich oder nichtöffentlich sind.
- (D40) Unerwünschte Öffentlichkeit liegt vor, wenn entgegen nichtöffentlicher Adressierung öffentliche Zugänglichkeit und öffentliche Aufmerksamkeit vorliegen.
- (D41) Unerreichte Öffentlichkeit entsteht, wenn trotz öffentlicher Zugänglichkeit und öffentlicher Adressierung keine öffentliche Aufmerksamkeit erreicht wird.
- (D42) Unterdrückte Öffentlichkeit ist durch fehlende öffentliche Zugänglichkeit bei öffentlicher Adressierung und öffentlicher Aufmerksamkeit gekennzeichnet.
- (D43) Unterdrückt-unerreichte Öffentlichkeit liegt vor, wenn bei öffentlicher Adressierung weder öffentliche Zugänglichkeit noch öffentliche

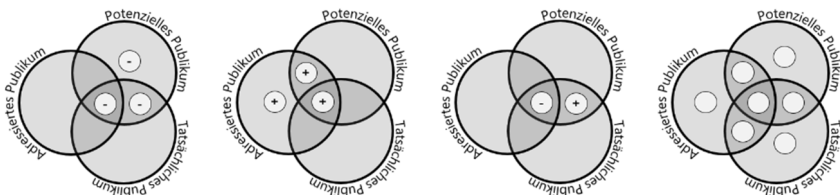
Aufmerksamkeit gegeben ist. Rezeptionsversuche werden gar nicht erst unternommen, etwa weil niemand Kenntnis von einer öffentlich adressierten Mitteilung erlangt oder niemand Interesse zeigt.

- (D44) Unterdrückt-unerwünschte Öffentlichkeit liegt vor, wenn öffentliche Aufmerksamkeit besteht aber weder öffentliche Zugänglichkeit noch öffentliche Adressierung gegeben sind. Es handelt sich hier um Kommunikationsversuche, die scheitern.
- (D45) Unerreicht-unerwünschte Öffentlichkeit liegt vor, wenn öffentliche Zugänglichkeit besteht, aber keine öffentliche Adressierung und keine öffentliche Aufmerksamkeit.

### 1.3.2. Inkongruenz

Abbildung 3: Beispiele für inkongruente Situationen

- a) Nichtöffentliche Inkongruenz      b) Öffentliche Inkongruenz      c) Gemischte Inkongruenz      d) Extreme Inkongruenz



Die kleinen Kreise symbolisieren Akteure, die großen Kreise Mengen von Akteuren, die in der entsprechenden Kommunikationsbeziehung stehen. Pluszeichen bzw. Minuszeichen kennzeichnen hohe bzw. niedrige soziale Distanz zum Mitteilenden.

- (D46) Eine Kommunikationssituation ist genau dann inkongruent-öffentlich, wenn sie inkongruent und öffentlich ist.

- (D47) Eine Kommunikationssituation ist genau dann inkongruent-nichtöffentlich, wenn sie inkongruent und nichtöffentlich ist.
- (D48) Eine Kommunikationssituation ist genau dann gemischt-inkongruent, wenn sie inkongruent ist, aber weder inkongruent-öffentlich noch inkongruent-nichtöffentlich.

### **1.3.3. Unsicherheit**

- (D49) Eine Kommunikationssituation ist genau dann unsicher-öffentlich, wenn  
a) die Öffentlichkeit einer Kommunikationsbeziehung nicht feststeht oder  
b) bei öffentlichen Kommunikationsbeziehungen die Art der Kommunikationsbeziehung zwischen zwei Akteuren nicht feststeht.
- (D50) Eine Kommunikationssituation ist genau dann indeterminiert-öffentlich, wenn a) die Öffentlichkeit einer Kommunikationsbeziehung (soziale Distanz) oder b) bei öffentlichen Kommunikationsbeziehungen die Art der Kommunikationsbeziehung (Adressierung, Zugänglichkeit, Aufmerksamkeit) aus Sicht eines einzelnen Beteiligten nicht feststeht.
- (D51) Eine Kommunikationssituation ist genau dann divergent-öffentlich, wenn  
a) die Öffentlichkeit einer Kommunikationsbeziehung (soziale Distanz) oder  
b) bei öffentlichen Kommunikationsbeziehungen die Art der Kommunikationsbeziehung (Adressierung, Zugänglichkeit, Aufmerksamkeit) von zwei Beteiligten unterschiedlich wahrgenommen werden.

### **1.3.4. Komplexität**

- (D52) Eine Kommunikationssituation ist genau dann komplex-öffentlich, wenn das adressierte, potenzielle oder tatsächliche Publikum in Hinsicht auf den Öffentlichkeitsstatus in verschiedene Bereiche strukturiert ist.

## **1.4. Kommunikation**

### **1.4.1. Soziale Situationen**

- (D53) Situationen sind angebbbar raumzeitlich begrenzte Verhaltenskomplexe von mindestens einem Akteur.
- (D54) Unter Erwartungen wird jede Antizipation von Vorgängen verstanden, sofern deren Realisierung subjektiv als wahrscheinlich oder als erwünscht oder als geboten erscheint.
- (D55) Faktische Erwartungen: Auf Grundlage individueller Erfahrung erscheinen bestimmte Verhaltensweisen subjektiv wahrscheinlicher als andere, etwa weil sie in der Vergangenheit oft beobachtet wurden bzw. regelmäßig auftreten. Auch die Sozialisation entsprechender Handlungsskripte mag einen Einfluss darauf haben, welches zukünftige Verhalten wahrscheinlich auf welches vorangegangene Verhalten folgt.
- (D56) Desiderative Erwartungen: Unabhängig von der Wahrscheinlichkeit kann ein Verhalten subjektiv gewünscht oder unerwünscht sein, das heißt desiderativ. Da es sich hierbei um eine subjektive Bewertung handelt, bietet sich zur weiteren Differenzierung das in der Psychologie bewährte Einstellungskonzept an. Dementsprechend lassen sich auch in Bezug auf desiderative Erwartungen eine affektive, eine kognitive und eine konative Komponenten unterscheiden. Verhalten löst angenehme oder unangenehme Emotionen aus, ist funktional überzeugend oder nicht überzeugend und kann vermieden oder gesucht werden. Diese drei Bereiche formen zusammen eine subjektive Bewertung.
- (D57) Deontische Erwartungen: Auch wenn ein Verhalten wahrscheinlich oder subjektiv gewünscht ist, kann es als sozial unerwünscht wahrgenommen werden. Eben dies ist der Bereich deontischer Erwartungen, das heißt normativer Erwartungen in der Form von Geboten. Ob es sich um ein normatives Gebot handelt, ergibt sich daraus, wie ein Verhalten aus Sicht eines Individuums durch andere Akteure eingeordnet wird (Erwartungserwartungen). Die Einschätzung deontischer Erwartungen speist sich aus unterschiedlichen Quellen, etwa aus der antizipierten

Erwünschtheit durch konkrete andere Individuen, aus rechtlichen Vorgaben kollektiver Gebilde oder eher diffus in Bezug auf einen generalisierten Anderen. Daraus ergeben sich Normen in Form von Muss-, Soll- und Kann-Erwartungen, die unterschiedlich stark mit positiven oder negativen Sanktionen belegt sind.

- (D58) Soziale Situationen sind Situationen, bei denen sich mindestens zwei Akteure in einem gemeinsamen Wahrnehmungsraum befinden und bei denen die Akteure Verhaltenserwartungen aktualisieren.
- (D59) Soziale Situationen sind gerahmte Situationen, wobei ein Rahmen aus Erwartungen besteht, welche durch Markierungen aktualisiert werden.
- (D60) Soziale Situationen sind angebar raumzeitlich begrenzte Verhaltenskomplexe, bei denen sich mindestens zwei Akteure in einem gemeinsamen Wahrnehmungsraum befinden und bei denen die Akteure faktische, desiderative und deontische Verhaltenserwartungen aktualisieren.

#### **1.4.2. Kommunikationssituationen**

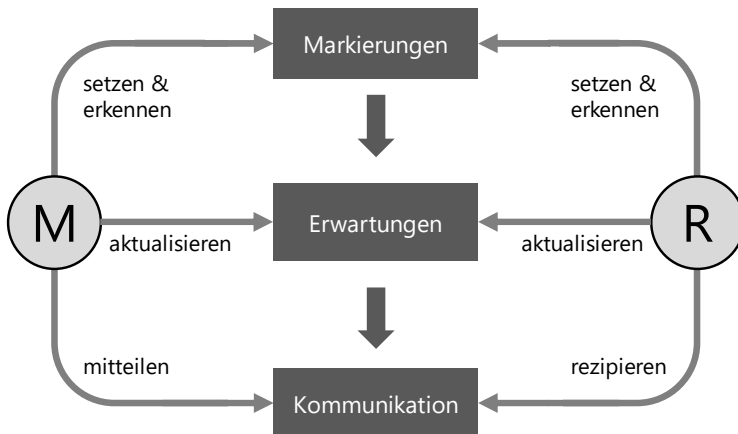
- (D61) Kommunikationssituationen sind soziale Situationen, in denen kommunikatives Verhalten wechselseitig aufeinander bezogen ist.
- (D62) Eine Mitteilung ist der gemeinsame Bezugspunkt wechselseitig aneinander orientierten, kommunikativen Verhaltens, das heißt sie umfasst symbolisch vermittelte Aussagen.
- (D63) Die Beteiligten einer Mitteilung vollziehen als Akteure die für eine Mitteilung konstitutiven kommunikativen Handlungen. Die Beteiligten sind grundlegend für jede soziale Situation.
- (D64) Der Ort einer Mitteilung, bestimmt durch raumzeitliche Koordinaten des Wahrnehmungsraums, stellt per Definition ein grundlegendes Merkmal von Situationen dar. Im Fall von Kommunikationssituationen sind auch Medien als Orte zu verstehen: eine Mitteilung kann zum Beispiel über das Telefon oder von Angesicht zu Angesicht vollzogen werden. Ist der mediale oder physikalische Ort hinreichend bestimmt, so wird darüber

eine Mitteilung im Universum aller Mitteilungen identifizierbar. Ein Ort ist grundlegend für jede soziale Situation.

- (D65) Der Inhalt einer Mitteilung besteht im mitteilend oder rezipierend zu einer Aussage zugeschriebenen Sinn. Als Inhalt gilt dabei nicht nur die Aussage über Gegenstände in der Welt (Propositionen), sondern auch der pragmatische Sinn einer Mitteilung (Illokutionen). Der Inhalt ist ein spezifisches Merkmal von Kommunikationssituationen.
- (D66) Die Modalität einer Mitteilung umfasst die Art und Weise der Realisierung einer Mitteilung, beispielsweise die Lautstärke einer mündlichen Aussage. Modalitäten sind damit sprachliche oder paraverbale Besonderheiten, die bei gleichem Inhalt auch anders realisiert werden können. Der Modalität ist ein spezifisches Merkmal von Kommunikationssituationen.

### 1.4.3. *Kommunikatives Verhalten*

Abbildung 4: Verhaltensweisen in Kommunikationssituationen



M= Mitteilende; R= Rezipierende

- (D67) Markierungsverhalten umfasst das Setzen und Erkennen des Öffentlichkeitsstatus. Es umfasst damit explizite und implizite Markierungen von Adressierung, Zugänglichkeit und Aufmerksamkeit in Kombination mit sozialer Distanz.
- (D68) Erwartungsverhalten ist die Aktualisierung von Erwartungen als eine Form inneren Verhaltens, beispielsweise wenn Normen aktualisiert werden.
- (D69) Kommunikationsverhalten umfasst Mitteilungs-, Zugänglichkeits- und Rezeptionsverhalten.
- (T3) Markierungsverhalten ist Grundlage für jedes daran anschließende Verhalten. Jedem äußeren kommunikativen Verhalten geht inneres Erwartungsverhalten voraus. Ebenso folgen Erwartungen auf vorangegangene Kommunikation.
- (D70) Mitteilungsverhalten ist jedes Verhalten, mit dem symbolisch vermittelte Aussagen über die Welt getroffen werden. Beobachterspezifisch gewendet impliziert Mitteilungsverhalten die Zuschreibung, dass jemand etwas aussagen möchte. Im Zuge von Mitteilungsverhalten wird die Adressierung von Kommunikation festgelegt.
- (D71) Zugänglichkeitsverhalten ist jedes Verhalten, das die Wahrnehmbarkeit symbolisch vermittelter Aussagen verändert. Es legt die mit einer Mitteilung verbundene Zugänglichkeit fest, das heißt den für das *erfolgreiche* Wechselspiel von Mitteilungs- und Rezeptionsverhalten notwendigen Aufwand.
- (D72) Rezeptionsverhalten ist jedes Verhalten, das sich symbolisch vermittelten Aussagen verstehend zuwendet. Auch dies lässt sich beobachterrelativ formulieren, als Zuschreibung, dass jemand etwas verstehen möchte. Im Zuge von Rezeptionsverhalten wird die einer Mitteilung zukommende Aufmerksamkeit festgelegt.

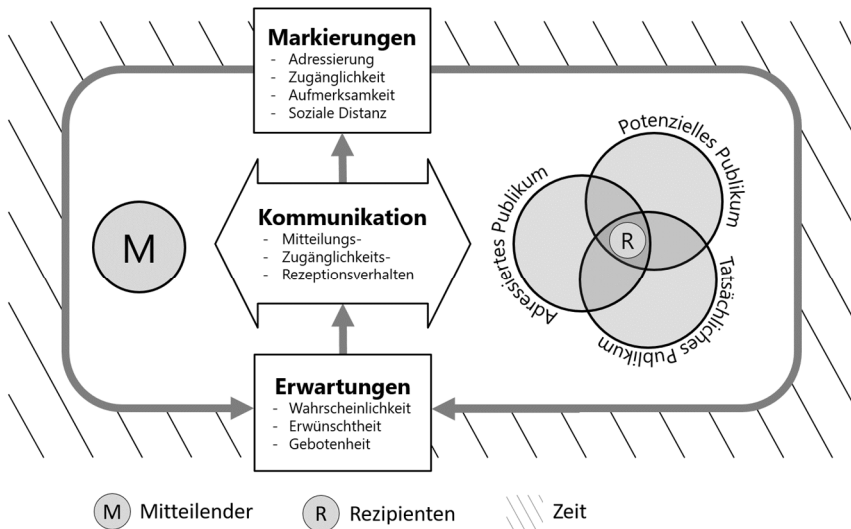
- (D73) Sind diese Mitteilungsverhalten und Rezeptionsverhalten aufeinander bezogen, ohne dass zwangsläufig wechselseitig ausreichendes Verstehen unterstellt wird, dann handelt es sich um einen Kommunikationsversuch.
- (D74) Sind diese Mitteilungsverhalten und Rezeptionsverhalten nicht nur wechselseitig aufeinander bezogen, sondern gehen zusätzlich mit der wechselseitigen Unterstellung ausreichenden Verstehens einher, dann findet erfolgreiche Kommunikation statt. Damit es nicht bei einem Kommunikationsversuch bleibt, muss eine ausreichend erfolgreiche symbolische Vermittlung unterstellt werden. Das bedeutet, der Rezeptionsaufwand muss ausreichend sein, um Zugangsvoraussetzungen zu überwinden. Nicht in jeder kommunikativen Situation findet also auch erfolgreiche Kommunikation statt.



## 2. Erklärende Grundlagen

### 2.1. Regulierungsprozess

Abbildung 5: Regulierung von Öffentlichkeit



(D75) Regulierung von Öffentlichkeit bezeichnet die Anpassung des Öffentlichkeitsstatus durch Mitteilungs-, Zugänglichkeits- und Rezeptionsverhalten.

(D76) Readressierung findet statt, wenn eine Mitteilung an vormalig nicht adressierte Rezipienten gerichtet wird. Im Zusammenhang mit der Regulierung von Öffentlichkeit findet Readressierung statt, wenn eine vormalig nichtöffentlich adressierte Äußerung öffentlich adressiert wird oder umgekehrt. Wenn dabei auf den ursprünglichen Autor verwiesen wird, so entsteht eine neue Aussage der Form ‚X hat gesagt, dass A‘.

- (D77) Als Republizierung sollen Prozesse verstanden werden, in denen eine Veränderung von Zugänglichkeit stattfindet. Die Verringerung von Zugänglichkeit wird Depublizierung genannt. Auch Rezipienten und nicht nur Mitteilende können an Republizierung mitwirken, indem sie sich Zugangsmöglichkeiten zu vorher schwer zugänglichen Mitteilungen verschaffen.
- (D78) Reattention bedeutet die Veränderung von Aufmerksamkeit. Im Verlauf der Diffusion einer Aussage steigt die kumulierte Aufmerksamkeit, indem sich potenzielle Rezipienten vermehrt einer Aussage tatsächlich zuwenden. Gleichzeitig verringert sich die Aufmerksamkeit im Zeitverlauf dadurch, dass vormalige Rezipienten eine Mitteilung nach und nach vergessen. Ein solcher Prozess geht mit Republizierung einher, wenn die Veränderung von Zugänglichkeit die Voraussetzungen für Aufmerksamkeit beeinflusst.

## **2.2. Vermeidung**

- (T4) Unklare Öffentlichkeit ist dadurch gekennzeichnet, dass adressiertes, potenzielles und tatsächliches Publikum in verschiedenen Hinsichten inkongruent sind oder aber Unsicherheit über die Kongruenz besteht.
- (T5) Uneindeutige Öffentlichkeit ist durch Inkongruenz der sozialen Distanz des Mitteilenden zu adressiertem, potenziellem und tatsächlichem Publikum gekennzeichnet. Während beispielsweise persönlich bekannte Personen adressiert sind, nehmen die Mitteilung auch nicht persönlich bekannte Personen zur Kenntnis.
- (T6) Inkongruente Öffentlichkeit ist als Verallgemeinerung uneindeutiger Öffentlichkeit durch Inkongruenz der Rezipienten im adressierten, potenziellen und tatsächlichen Publikum gekennzeichnet. Beispielsweise kann eine öffentlich adressierte Mitteilung von anderen Personen zur Kenntnis genommen werden als ursprünglich angenommen.
- (T7) Unsichere Öffentlichkeit ist durch potenzielle Inkongruenz der sozialen Distanz oder der Rezipienten zwischen den drei Publika gekennzeichnet.

Es ist beispielsweise nicht sicher, ob eine persönlich adressierte Mitteilung auch von nicht persönlich bekannten Personen zur Kenntnis genommen wird.

- (T8) Komplexe Öffentlichkeit ist durch Inkongruenz von sozialer Distanz oder Unsicherheit jeweils innerhalb des adressierten, potenziellen oder tatsächlichen Publikums gekennzeichnet. Es sind beispielsweise sowohl persönlich bekannte als auch nicht persönlich bekannte Personen gleichzeitig adressiert.
- (T9) Begreift man die Gesamtheit aller Rezipienten als eine konzeptionelle Einheit – ob adressiert, potenziell oder tatsächlich, ob in sozialer Distanz oder in sozialer Nähe, es handelt sich immer um Rezipienten – so ergeben sich im Fall unklarer Öffentlichkeit innerhalb dieser konzeptionellen Einheit Inkongruenzen. Die Vermeidung von derlei Inkongruenzen wird durch Konsistenztheorien erklärbar. Konsistenztheorien gehen davon aus, dass Widersprüche im individuellen Erleben zu einer Spannung führen, die Verhalten zu deren Auflösung oder Vermeidung motiviert.
- (T10) Individuen vermeiden unklare Öffentlichkeit.

### **3. Empirische Exploration**

#### **3.1. Inhaltliche Bedingungen**

- (E1) Umso trivialer die Kommunikationsinhalte sind, das heißt umso weniger persönliche Relevanz damit verbunden ist, umso weniger wird unerwünschte Öffentlichkeit als unangenehm empfunden. Der Vermeidungsmechanismus wird außer Kraft gesetzt oder zumindest abgeschwächt.
- (E2) Besonders stark greift der Vermeidungsmechanismus bei personenbezogener Kommunikation über Dritte.
- (E3) Bei expliziter öffentlicher Adressierung von Kommunikationsinhalten wird erwartet, dass diese Relevanz für andere besitzen.

#### **3.2. Persönliche Bedingungen**

- (E4) Die Vermeidung unklarer Öffentlichkeit hängt von Persönlichkeitsmerkmalen ab, insbesondere vom individuellen Bedürfnis nach Selbstdarstellung.
- (E5) Das Empfinden unklarer Öffentlichkeit hängt von der individuellen Bedürfnislage ab. Ob sie als Störung oder peinlich empfunden wird oder aber unterhaltsam ist, hängt davon ab, wie stark die persönliche Autonomie eingeschränkt wird bzw. als eingeschränkt empfunden wird. Besteht etwa ein Bedürfnis nach Ruhe, dem nicht nachgegangen werden kann, ist die Rezeptionsautonomie eingeschränkt und die Situation wird als unangenehm empfunden, das heißt es werden desiderative Vermeidungserwartungen aktualisiert.

#### **3.3. Situative Bedingungen**

- (E6) Eine Reaktion auf unklare Öffentlichkeit hängt davon ab, wie stark und mit welchem Aufwand eine Situation kontrollierbar bzw. steuerbar ist. Bei wenig kontrollierbaren Affekten spielt der Öffentlichkeitsstatus eine geringere Rolle, etwa beim Streiten oder bei spontanen

Gefühlsäußerungen. In diesen Fällen werden Störungen der Rezeptionsautonomie toleriert.

- (E7) Der Vermeidungsmechanismus steht rationalen Zweck-Mittel-Erwägungen gegenüber. In Bezug auf Mitteilungshandlungen wird unklare Öffentlichkeit angesichts höherer Kosten für alternative Kommunikationswege durchaus in Kauf genommen.
- (E8) Erst wenn Rezeptionshandlungen beobachtbar sind, lassen sie sich auch durch Sanktionen kontrollieren. Situationen uneindeutiger Öffentlichkeit können unterhaltend sein, wenn nichtadressierte Rezipienten sich unbeobachtet wähnen. In diesen Fällen kann es sogar zur Umkehrung der Vermeidungsthese kommen, Neugier ist erwartbar.

### **3.4. Soziale Bedingungen**

- (E9) Unspezifische Beziehungen erhöhen (etwa in der Internetkommunikation) die Heterogenität der Akteure, was zu komplexer Öffentlichkeit führt.
- (E10) Mit unspezifischen Beziehungen und der folgenden Heterogenität der Akteure geht eine Unsicherheit in Bezug auf die soziale Distanz einher.
- (E11) In Situationen mit unspezifischen Beziehungen wird sicherheitshalber auf die Verhaltensmuster öffentlicher Kommunikation zurückgegriffen und dementsprechend werden eher triviale Inhalte kommuniziert.
- (E12) Unpersönliche Beziehungen bergen die Möglichkeit uneindeutiger Öffentlichkeit, wenn über Persönliches kommuniziert wird, das in der Regel nicht an Fremde gerichtet ist.
- (E13) Wenn über Dritte kommuniziert wird (beispielsweise beim Lästern) entstehen problematische Situationen im Bereich unerwünschter Öffentlichkeit vor allem durch die Anwesenheit *bekannter* Dritter. Hier ist statt der Bekanntschaft zwischen den Beteiligten die (Nicht)Zugehörigkeit zum salienten Interaktionssystem der ausschlaggebende Punkt.

## **4. Empirische Überprüfung**

### **4.1. Geltungsbereich**

- (E14) Eine Situation, in der von der Geltung der Vermeidungsthese ausgegangen werden kann, ist durch a) nichttriviale Kommunikationsinhalte, b) ein geringes Selbstdarstellungsbedürfnis der Beteiligten und ein hohes Autonomiebedürfnis, c) geringe Kosten für alternative Kommunikationswege, die Abwesenheit unkontrollierter affektiver Zustände und die Beobachtbarkeit der Rezeption sowie d) die Salienz eines Interaktionssystems, aus dem andere ausgeschlossen sind, gekennzeichnet.

### **4.2. Hypothesen**

- (H1) Unerwünschte Öffentlichkeit führt zu einer stärkeren Aktualisierung von Vermeidungserwartungen als Nichtöffentlichkeit.
- (H2) Unsichere Öffentlichkeit führt zu einer stärkeren Aktualisierung von Vermeidungserwartungen als sichere Öffentlichkeit.
- (H3) Triviale Kommunikationsinhalte aktualisieren im Vergleich zu nichttrivialen Kommunikationsinhalten geringere Vermeidungserwartungen.
- (H4) Triviale Kommunikationsinhalte verringern im Vergleich zu nichttrivialen Kommunikationsinhalten den Einfluss von unerwünschter Öffentlichkeit auf die Aktualisierung von Vermeidungserwartungen.
- (H5) Triviale Kommunikationsinhalte verringern im Vergleich zu nichttrivialen Kommunikationsinhalten den Einfluss von unsicherer Öffentlichkeit auf die Aktualisierung von Vermeidungserwartungen.
- (H6) Eine stärkere Aktualisierung von Vermeidungserwartungen führt zu einer stärkeren Kommunikationsvermeidung.
- (H7) Umso geringer die individuelle Selbstoffenbarungsbereitschaft ist, umso geringer ist die Kommunikationsbereitschaft.

Unklare Öffentlichkeit

Individuen in Situationen zwischen öffentlicher und  
nichtöffentlicher Kommunikation

Jünger, J.

2018, XXI, 384 S. 18 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-18887-0