

Von Medien- und Bürgerpublika: Einige Überlegungen zum Zusammenhang von Publikum und Öffentlichkeit unter Rekurs auf den Pragmatismus von John Dewey

Dr. Swantje Lingenberg, Universität Bremen

Der Vortrag befasst sich mit dem Zusammenhang von Publikum und Öffentlichkeit. Auf Basis der Arbeiten des amerikanischen Pragmatikers John Dewey wird zwischen Medienpublika einerseits sowie Bürgerpublika andererseits unterschieden und das Zusammenspiel dieser beiden Kategorien mit Blick auf die Entstehung von Öffentlichkeit im Kontext sich wandelnder Medienumgebungen untersucht. Der Vortrag geht in zwei Schritten vor: Zunächst wird ein pragmatischer Ansatz von Öffentlichkeit entworfen, der Öffentlichkeit als individuenbestimmten Kommunikationsraum versteht, der nicht allein über Massenmedien, sondern auch und zunehmend über digitale Einzelmedien erreicht und im darauf bezogenen Handeln der Menschen politisch folgenreich realisiert werden kann. In einem zweiten Schritt wird argumentiert, dass Öffentlichkeit als soziales Konstrukt **mit demokratischen Funktionen** erst dann entsteht, wenn sich ein Publikum formiert, das nicht nur Medieninhalte konsumiert, sondern diese in seinen kommunikativen Anschlusshandlungen auch tradiert und selbst politisches Gespräch produziert. Unter Einnahme einer Prozessperspektive wird hier zwischen Medien- und Bürgerpublika unterschieden: Während sich Medienpublika aus den Rezipienten einzelner Medienangebote zusammensetzen, konstituieren sich öffentlichkeitsrelevante Bürgerpublika durch Individuen oder Gruppen, die sich auf der Grundlage von Mediennutzung als durch geteilte Problem- und Ereigniszusammenhänge Betroffene wahrnehmen und Meinungen, Einstellungen sowie Anschlusshandlungen dazu entwickeln. Insgesamt hilft die im Vortrag präsentierte Konzeption des Zusammenhangs von Publikum und Öffentlichkeit, eine enge Fokussierung der Forschung auf massenmediale Inhalte zu überwinden und Öffentlichkeit als im kommunikativen Handeln der Menschen als Mitglieder eines Bürgerpublikums konstituiert zu denken. So werden auch gegenwärtige Phänomene wie die Demokratiebewegungen und Proteste im nahen Osten greifbar, bei denen sich Menschen mittels SMS, Youtube, Weblogs und Twitter mobilisieren, organisieren und eine kritische Öffentlichkeit hervorbringen.

Vor diesem Hintergrund wird deutlich, dass die Demonstranten in Tunis, Kairo und Tripolis ein Öffentlichkeit konstituierendes Bürgerpublikum darstellen, das vor allem jenseits traditioneller Massenmedien agiert. Öffentlichkeit wird also längst nicht mehr allein über Massenmedien wie die Presse oder das Fernsehen realisiert. Vielmehr differenzieren, erweitern und individualisieren sich die medialen Zugangskanäle zu politischer Öffentlichkeit zunehmend aus, indem die Menschen immer mehr und verschiedene Einzelmedien nutzen, um sich und anderen Zugang zu politischem Geschehen zu verschaffen und Öffentlichkeit herzustellen. Eine empirische Tatsache, die gängige Konzepte von Öffentlichkeit allerdings herausfordert bzw. theoretische Konsequenzen einfordert. Schließlich kann Öffentlichkeit nicht länger als reiner Massen-medienraum konzipiert werden, sondern stattdessen erscheint ein

The People formerly known as the Audience

Beiträge zum Verständnis und Wandel der Publikumsforschung

Verständnis als individuenbestimmter Kommunikationsraum angemessener. Abhilfe kann hier ein pragmatischer Öffentlichkeitsansatz schaffen (Lingenberg 2010). Dieser versteht Öffentlichkeit, auf Basis sozialkonstruktivistischer Annahmen und unter Rekurs auf die Arbeiten von John Dewey (1927), als soziales Konstrukt, das im kommunikativen, zumeist medienbasierten Handeln der Menschen über wahrgenommene Betroffenheit in geteilten Problem- und Handlungszusammenhängen hervorgebracht und gestaltet wird. Dabei sind es sowohl massen- als auch nicht-massenmediale Kanäle, mittels derer Öffentlichkeit aufgespannt und begehbar wird. Ein solcher pragmatischer Ansatz trägt dem Wandel von Medienumgebungen im Zuge von Mediatisierungs- und Digitalisierungstendenzen Rechnung. Die Betonung der Verankerung von Öffentlichkeit in den lebensweltlichen Kontexten und Praktiken der Menschen eröffnet zudem nicht nur empirische Forschungsperspektiven auf differente Aneignungs- und Herstellungsweisen von Öffentlichkeit, sondern sie stützt auch die These, dass mit der wachsenden Bedeutung von Medien für die soziale Konstruktion von Wirklichkeit der Medien-konsum immer mehr als ein potentiell Moment von Bürgerschaft und Öffentlichkeit anzusehen ist (Couldry et al. 2007; Harindranath 2009; Heikkilä 2011).

Die konzeptionelle Unterscheidung von Medien- und Bürgerpublika macht vor diesem Hintergrund greifbar, wann Menschen als Mediennutzer in ihre Rolle als Bürger schlüpfen, kommunikative Anschlusshandlungen realisieren und so Öffentlichkeit herstellen. Unter Einnahme einer Prozessperspektive wird argumentiert, dass Menschen genau dann in ihre Rolle als Bürger schlüpfen bzw. von Mitgliedern eines Medienpublikums, das sich aus Rezipienten einzelner massen- oder nicht-massenmedialer Angebote zusammensetzt, zu Mitgliedern eines öffentlichkeitsrelevanten Bürgerpublikums werden, wenn sie ihre Betroffenheit in politischen Handlungs- und Problemzusammenhängen wahrnehmen, diese in Bezug zu ihren Lebenswelten, Erfahrungen und Überzeugungen setzen und in entsprechende Kommunikationszusammenhänge eintreten. Bürgerpublika sind also konstitutiv für Öffentlichkeit, sie rekrutieren sich immer aus Medienpublika und müssen immer auch Medienpublika bleiben, um sich über das politische Geschehen auf dem Laufenden zu halten (Dahlgren 2009; Livingstone 2005).

Insgesamt hilft die im Vortrag präsentierte Konzeption des Zusammenhangs von Publikum und Öffentlichkeit, die Entstehung von Öffentlichkeit durch neue IuK-Technologien theoretisch greifbar und für empirische Forschung zugänglich zu machen. Indem das Bürgerpublikum als konstituierender Aspekt von Öffentlichkeit gedacht wird, kann die vorherrschende Fokussierung der Forschung auf medial-vermittelte Inhalte überwunden und der Blick für gegenwärtige Phänomene wie die genannten Demo-kratiebewegungen im Nahen Osten geöffnet werden.

Literatur

- Dahlgren, Peter (2009): Media and Political Engagement. Citizens, Communication, and Democracy. Cambridge: Cambridge University Press.
- Dewey, John (1927): The public and its problems. New York: Holt.
- Harindranath, Ramaswami (2009): Audience-Citizens. The Media, Public Knowledge and Interpretative Practices. New Delhi u.a.: Sage.
- Heikkilä, Heikki/Laura Ahva/Jaana Siljamäki/Sanna Valtonen (2011): What if everyday life is not that civic? Paper präsentiert auf der ICA-Jahrestagung, 26-30.05.2011, Boston.

The People formerly known as the Audience

Beiträge zum Verständnis und Wandel der Publikumsforschung

- Lingenberg, Swantje (2010): Europäische Publikumsöffentlichkeiten. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Livingstone, Sonia (2005): On the relation between audiences and publics: When cultural engagement matters for the public sphere. Portland/Bristol: Intellect.