

Yannik Peters

Der digitale Strukturwandel europäischer Öffentlichkeit

Entwicklung eines
Mehrebenenmodells transnationaler
Online-Kommunikationsräume

Bonner Reihe
der Empirischen
Sozialforschung
Band 5

Verlag Barbara Budrich



Yannik Peters

Der digitale Strukturwandel europäischer Öffentlichkeit

Bonner Reihe der
Empirischen Sozialforschung

herausgegeben von
Jörg Blasius

Band 5

Yannik Peters

Der digitale Strukturwandel europäischer Öffentlichkeit

Entwicklung eines Mehrebenenmodells
transnationaler Online-Kommunikationsräume

Verlag Barbara Budrich
Opladen • Berlin • Toronto 2026

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen
Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über
<https://portal.dnb.de> abrufbar.

Die vorliegende Arbeit wurde 2023 an der Philosophischen Fakultät der
Rheinischen Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn als Dissertation
eingereicht und am 10. Juli 2024 verteidigt.

Alle Rechte vorbehalten

© 2026 Verlag Barbara Budrich GmbH, Opladen, Berlin & Toronto Stauffenbergstr.
7 | D-51379 Leverkusen | info@budrich.de | www.budrich.de

ISBN 978-3-8474-3404-7 (Paperback)

eISBN 978-3-8474-3342-2 (PDF)

DOI 10.3224/84743404

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Umschlaggestaltung und Titelbild: Bettina Lehfeldt, Kleinmachnow –
www.lehfeldtgraphic.de

Satz: Anja Borkam, Langenhagen – kontakt@lektorat-borkam.de

Danksagung

Diese Arbeit hätte ohne die große fachliche bzw. private Unterstützung einer Vielzahl von Menschen nicht fertiggestellt werden können. Ich danke zuerst meinen Betreuer:innen Prof. Dr. Caja Thimm und Prof. Dr. Jörg Blasius für ihre umfassende Unterstützung und das Vertrauen, das sie in diese Arbeit hatten. Besonders bin ich Caja Thimm auch für die Möglichkeiten neben der Promotion dankbar: angefangen bei meinen Tätigkeiten als studentische Hilfskraft bis hin zur Mitarbeit im Forschungsverbund NRW Digitale Gesellschaft. Zudem sind noch viele Kolleg:innen zu nennen, deren Rat für mich in dieser Zeit sehr wichtig war – allen voran Mario Anastasiadis, mit dem ich über Jahre erfolgreich und freundschaftlich zusammenarbeiten durfte. Ich konnte hier viel lernen und von viel Erfahrung profitieren. Zudem danke ich Regina Ring und Patrick Nehls, meinem ersten Lehrstuhl-Team in Bonn, die mir sehr dabei geholfen haben den Sprung auf die andere Seite der Wissenschaft zu bewältigen. Christoph Ernst danke ich für seine Unterstützung in Institutsangelegenheiten und dafür, immer ein offenes Ohr für die Fragen der Promovierenden zu haben. Auch möchte ich mich bei der Philosophischen Fakultät der Universität Bonn bedanken, die mich mit einem Stipendium unterstützt und mir so viele akademische Türen geöffnet hat. Auch möchte ich ausdrücklich meinem aktuellen Arbeitgeber GESIS – Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften danken, welcher die Veröffentlichung dieser Arbeit finanziert hat.

Neben der fachlichen Unterstützung kommt eine solche Arbeit ohne ein sehr hohes Maß an Rückendeckung im Privaten nicht aus. Mein erster Dank gilt daher Sarah, die mich über die Jahre in diesem Prozess am engsten begleitet hat. Vielen Dank für alles in dieser Zeit – vor allem für deine Geduld, auch in jeder noch so stressigen Phase, bei allem Druck und Perfektionismus, die immer mit einer solchen Arbeit einhergehen. Meinen Eltern danke ich für alles, was sie für mich getan haben und ihre volle Unterstützung schon immer. Auch meine Großmutter möchte ich an dieser Stelle erwähnen, die als ehemalige Mitarbeiterin am Institut für Philosophie der Universität Münster auch im höheren Alter für mich noch wichtige Arbeiten Korrektur gelesen hat. Vielen Dank für alles!

Inhalt

Tabellenverzeichnis	11
Abbildungsverzeichnis	13
1. Einleitung	15
2. Öffentlichkeit als normatives und empirisches Konzept	19
2.1 Struktur und Strukturwandel von Öffentlichkeit	20
2.1.1 Struktur der Öffentlichkeit: Ebenen- und Arenamodelle	21
2.1.2 Strukturwandel der Öffentlichkeit	23
2.1.3 Globalisierung und Transnationalisierung als Metaprozesse im Öffentlichkeitswandel	27
2.1.4 Mediatisierung als Metaprozess im Kontext des Öffentlichkeitswandels	32
2.2 Normative Modelle von Öffentlichkeit	35
2.2.1 Liberal-Repräsentatives Modell	36
2.2.2 Deliberativ-diskursives Modell	38
2.2.3 Partizipatorisch-konstruktivistisches Modell	45
2.3 Zwischenfazit	52
3. Die europäische Öffentlichkeit: Modelle und Diskurse eines Spezialfalls transnationaler Öffentlichkeit	54
3.1 Zur Relevanz der Konstitution einer europäischen Öffentlichkeit	56
3.2 Zur Modellierung europäischer Öffentlichkeit	59
3.2.1 Drei Konzeptionen europäischer Öffentlichkeit	59
3.2.2 Zum Defizit pan-europäischer Öffentlichkeit	62
3.2.3 Zur Schwierigkeit der Europäisierung nationaler Öffentlichkeiten	65
3.2.4 Zur Konstitution europäischer Themenöffentlichkeiten	68
3.3 Die Akteur:innen europäischer Öffentlichkeit	71
3.3.1 Europasprecher:innen: Die Europäischen Institutionen	73
3.3.2 Europäische Publika	75
3.3.3 (Europäische) Kommunikationsmedien	76
3.4 Zwischenfazit	77

4. Ein multiples Mehrebenenmodell digitaler, europäischer Öffentlichkeit	80
4.1 Die allgemeine Struktur des multiplen Mehrebenenmodells	83
4.2 Teilprozesse des digitalen Strukturwandels von Öffentlichkeit	89
4.2.1 Partizipationsprozesse	90
4.2.2 Pluralisierungsprozesse	96
4.2.3 Plattformisierungsprozesse	100
4.3 Die Ebenenstruktur digitaler, europäischer Öffentlichkeit	107
4.3.1 Plattformen und digitale Infrastruktur	108
4.3.2 Themen und Ereignisse	112
4.3.3 Nutzer:innen und Akteur:innen	113
4.3.4 Beiträge und Reaktionen	116
4.3.5 Horizontale Ebenen: Räumlichkeit und Sprachlichkeit	117
4.3.6 Klassische europäische Öffentlichkeitskonzeption im Mehrebenenmodell	123
4.3.7 Formationsmöglichkeiten digitaler, europäischer Themenöffentlichkeiten	130
4.4 Normative Implikationen des multiplen Mehrebenenmodells	133
4.4.1 Liberales Modell	134
4.4.2 Partizipatorisches Modell	136
4.4.3 Diskursives Modell	139
4.4.4 Normative Implikationen des Mehrebenenmodells	143
4.4.5 Normative Implikationen für die europäische Öffentlichkeit	146
4.5 Zusammenfassung des multiplen Mehrebenenmodells	147
5. #EU und #UE – Eine empirische Analyse digitaler, EU-bezogener Mehrebenenöffentlichkeiten	150
5.1 Zur Datenerhebung, Analysemethoden und Forschungsdesign	150
5.1.1 Zur Auswahl von #EU und #UE	150
5.1.2 Datenerhebung und Forschungsdesign	153
5.1.3 Structural Topic Modeling als Analyseverfahren der Computational Social Science	159
5.1.4 Netzwerkanalyse als Analyseverfahren der Computational Social Science	163
5.2 #EU und #UE: Eine Analyse der Ebenen der Plattformen, Akteur:innen und Beiträge	164

5.2.1	Zur Ebene der Plattform: Twitter	164
5.2.2	Zur Ebene der Nutzer:innen und Akteur:innen beim #EU und #UE	171
5.2.3	Zur Ebene der Beiträge und Reaktionen beim #EU und #UE	177
5.3	Die Ebene der Themen I: Darstellung der STM-Ergebnisse des englischsprachigen Teildatensatzes	182
5.3.1	Datenaufbereitung für die STM-Analyse	182
5.3.2	Das englischsprachige STM inklusive Retweets: Themenauswahl und Kategorisierung	184
5.3.3	Internationale Konflikte und Gewalt	188
5.3.4	Internationale Beziehungen	199
5.3.5	EU-nahe Themen	207
5.3.6	Globale Krisen	212
5.3.7	Sonstige Themen	214
5.3.8	Das englischsprachige STM exklusive Retweets	216
5.4	Die Ebene der Themen II: Darstellung der STM-Ergebnisse des deutsch- und französischsprachigen Teildatensatzes	219
5.4.1	Deutscher Teildatensatz	219
5.4.2	Französischer Teildatensatz	224
5.5	Die Ebene der Themen III: Netzwerkanalyse der Kookkurrenz von Hashtags	229
5.5.1	Datenauswahl und -aufbereitung für die Netzwerkanalyse	229
5.5.2	Ergebnisse der Netzwerkanalyse	231
5.6	Zusammenfassung und Diskussion der Analyse von #EU und #UE	238
6.	Ein neues Öffentlichkeitsdefizit? Schlussbetrachtung und Diskussion	243
7.	Literaturverzeichnis	253

Tabellenverzeichnis

Tab. 1:	Ebenenmodell von Öffentlichkeit	22
Tab. 2:	Normative Öffentlichkeitsmodelle	36
Tab. 3:	Strukturoptionen europäischer Öffentlichkeit nach Eder	70
Tab. 4:	Formierungsmöglichkeiten europäischer Öffentlichkeit von Eder	74
Tab. 5:	Vertikale Ebenen digitaler Öffentlichkeit	107
Tab. 6:	Übersicht über die europäischen Hausparlamente	111
Tab. 7:	Abonent:innen/Follower:innen/Mitglieder:innen der englischsprachigen Profiseiten der Europäischen Institutionen in den sozialen Medien	115
Tab. 8:	Horizontale und vertikale Ebenen digitaler Öffentlichkeit	118
Tab. 9:	Dimensionen der Europäisierung digitaler Öffentlichkeiten	127
Tab. 10:	Formierungsoptionen europäischer, außer-europäischer und globaler Themenöffentlichkeiten	131
Tab. 11:	Formierungsoptionen nationaler und europäischer Themenöffentlichkeiten	132
Tab. 12:	Normative Öffentlichkeitskonzepte im multiplen Mehrebenenmodell	145
Tab. 13:	Abkürzungen für Europäische Union in allen 24 EU-Amtssprachen	153
Tab. 14:	Operatorenmodell von Twitter von Thimm et al.	166
Tab. 15:	Anzahl Tweets pro Account	171
Tab. 16:	Eritreabezug und Computational Propaganda	172
Tab. 17:	Tweets und @-mentions europäischer Akteur:innen innerhalb des #EU und #UE im Jahr 2021	174
Tab. 18:	Tweets und @-mentions von Staats- und Regierungschefs innerhalb des #EU und #UE in 2021	176
Tab. 19:	Sprachverteilung von #EU und #UE in 2021	179
Tab. 20:	Lage- und Streuungsmaße für Replies, Likes und Quotes	180
Tab. 21:	Themen mit höchsten und niedrigsten Kohärenzwerten	186
Tab. 22:	Übersicht Themengruppierungen des englischen STM	187
Tab. 23:	Themen zu internationalen Konflikten	188

Tab. 24: Themen zu internationalen Beziehungen	199
Tab. 25: EU-nahe Themen	208
Tab. 26: Themen zu globalen Krisen	212
Tab. 27: Sonstige Themen	215
Tab. 28: Übersicht Themengruppierungen des englischen STMs exklusive Retweets	218
Tab. 29: Übersicht Themengruppierungen des deutschen STM	220
Tab. 30: Übersicht Themengruppierungen des französischen STM	227
Tab. 31: Häufigste Co-Hashtags von #EU und #UE	230
Tab. 32: Häufigste Hashtagpaare im Datensatz (exklusive #EU und #UE)	231

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1:	Überblick über die Öffentlichkeitsmodelle	19
Abb. 2:	Vertikale Ebenen des multiplen Mehrebenenmodell digitaler Öffentlichkeit	84
Abb. 3:	Spracheinstellungen auf Twitter	168
Abb. 4:	Einstellungen zu den angezeigten Trends auf Twitter	169
Abb. 5:	Diskussion zur Deaktivierung der Einstellungsoption „worldwide trends“ über Twitter auf reddit.com	170
Abb. 6:	Häufigkeit von #EU und #UE in 2021	177
Abb. 7:	Weltkarte mit allen geolokalisierten Posts von #EU und #UE	178
Abb. 8:	Tweet mit den meisten Replies in #EU und #UE	181
Abb. 9:	Tweet mit den meisten Zitationen in #EU und #UE	181
Abb. 10:	Tweet mit den drittmeisten Likes in #EU und #UE	181
Abb. 11:	Vergleich verschiedener STM-Modelle des englischen Datensatzes anhand von UMass und Exklusivität	185
Abb. 12:	Themenprävalenz des englischsprachigen STM-Modells inklusive Retweets mit 40 Themen und wichtigste Begriffe	185
Abb. 13:	Wortwolke der für Thema 16 bedeutendsten Wörter	191
Abb. 14:	Bedeutendster Tweet zu Thema 9	192
Abb. 15:	Themenprävalenz von Thema 9 im Zeitverlauf 2021	193
Abb. 16:	Tweet zu Thema 5	195
Abb. 17:	Bedeutendster Tweet zum Thema 5	196
Abb. 18:	Tweet zu Thema 11	197
Abb. 19:	Wortwolke zu Thema 15	198
Abb. 20:	Tweet zu Thema 18	200
Abb. 21:	Tweet mit Türkei-Bezug zu Thema 31	202
Abb. 22:	Tweet mit Russland-Bezug zu Thema 31	202
Abb. 23:	Tweet mit Myanmar-Bezug zu Thema 20	204
Abb. 24:	Wortwolke zu Thema 19	205
Abb. 25:	Zeitverlauf des Themas 37	209
Abb. 26:	Tweet zu Thema 17	211
Abb. 27:	Wortwolke zu Thema 34	213

Abb. 28: Tweet zu Thema 34	213
Abb. 29: Zeitverlauf von Thema 34	214
Abb. 30: Tweet zu Thema 14	216
Abb. 31: Themenprävalenz des englischsprachigen STM-Modells exklusive Retweets mit 40 Themen und wichtigsten Begriffen	217
Abb. 32: Vergleich verschiedener STM-Modelle des deutschen Datensatzes anhand von UMass und Exklusivität	220
Abb. 33: Themenprävalenz des deutschen STM-Modells mit 40 Themen und wichtigste Begriffe	221
Abb. 34: Vergleich verschiedener STM-Modelle des deutschen Datensatzes anhand von UMass und Exklusivität	225
Abb. 35: Themenprävalenz des französischen STM-Modells mit 40 Themen und wichtigste Begriffe	226
Abb. 36: Netzwerkvisualisierung des Hashtag-Kookkurrenznetzwerks (gewichteter Grad)	232
Abb. 37: Netzwerkvisualisierung des EU-bezogenen Hashtag-Cluster (gewichteter Grad)	233
Abb. 38: Netzwerkvisualisierung des internationalen Hashtag-Cluster mit Fokus auf englischsprachigen Ländern und naher/ mittlerer Osten (gewichteter Grad)	234
Abb. 39: Netzwerkvisualisierung des internationalen Hashtag-Cluster mit Fokus auf dem Bürgerkrieg in Äthiopien (gewichteter Grad)	235
Abb. 40: Netzwerkvisualisierung des internationalen Hashtag-Cluster mit Fokus auf Russland, China und Lateinamerika (gewichteter Grad)	236
Abb. 41: Netzwerkvisualisierung des Hashtag-Cluster mit Fokus auf Digitalisierung und Technologie (gewichteter Grad)	237
Abb. 42: Netzwerkvisualisierung des Hashtag-Cluster mit Fokus auf us-amerikanischen Medien und Mediendiskursen	238

1. Einleitung

Eine effektive und legitime (politische) Öffentlichkeit gilt als notwendige Voraussetzung für ein funktionsfähiges demokratisches System. Das demokratische System, dem die politische Öffentlichkeit angehört bzw. auf welches sie einwirken soll, ist klassischerweise im Rahmen von Nationalstaaten organisiert (Fraser 2007). Dies hängt wesentlich damit zusammen, dass die Entstehung politischer Öffentlichkeit eng mit deren Ausbildung zusammenfiel. Bereits auf nationalstaatlicher Ebene ist es umstritten, inwiefern die politische Öffentlichkeit die an sie gesetzten Funktionen und Erwartungen erfüllen kann: Bereits Walter Lippmann (2023/1925) versteht Öffentlichkeit lediglich als „phantom public“, in kritischer Auseinandersetzung dazu diskutiert dann John Dewey die „Öffentlichkeit und ihre Probleme“ (1927). Später diagnostizierte Habermas (2018/1962), beeinflusst von der Kulturindustriethese der Frankfurter Schule (Horkheimer/Adorno 2004/1944), den strukturellen Verfall der bürgerlichen Öffentlichkeit im 19. und 20. Jahrhundert. Auch in jüngeren Ansätzen finden sich noch immer die von Habermas vorgebrachten Argumente. Ein prominentes Beispiel ist das von Crouch (2008) vorgelegte Konzept der *Postdemokratie*. Imhof (2011) hebt zudem die doppelte Verflechtung von Öffentlichkeit mit Krisen hervor: die Krise der Öffentlichkeit und die Öffentlichkeit der Krisen. Lassen diese Diagnosen bereits Zweifel an der Funktionsfähigkeit politischer Öffentlichkeit innerhalb von Nationalstaaten aufkommen, stellt sich noch dringlicher die Frage, wie es sich im Falle transnationaler Öffentlichkeit verhält (s.a. Friedland/Kunelius 2023). Denn im Falle transnationaler Öffentlichkeit sind sowohl Teilnehmer:innen der Öffentlichkeit als auch die Adressat:innen öffentlicher Kommunikationsprozesse weniger eindeutig bestimmbar (Fraser 2007).

Am ausführlichsten wurde die transnationale Öffentlichkeit sowohl in theoretischer als auch empirischer Hinsicht für den Fall der europäischen Öffentlichkeit untersucht und diskutiert. Dies hat in erster Linie den Grund, dass die Problematik der Abwesenheit von Adressat:innen transnationaler Öffentlichkeit im Falle der europäischen Öffentlichkeit nicht besteht. Die Europäische Union als supranationaler, politischer Organisationstypus verfügt über eigene, zum Teil von europäischen Bürger:innen wählbare Institutionen und changiert damit als supranationale Organisation mit geteilter Souveränität zwischen einem Bundesstaat und einem Staatenbund (Krasner 2005). Mit gewissen Letztentscheidungsbefugnissen und dem Vorrang des Unionsrechts vor nationalem Recht ausgestattet, wurde der EU so viel strukturelle Ähnlichkeit mit einem Nationalstaat zugeschrieben, dass ähnliche oder gleiche Qualitätskriterien bei der Bewertung und Konzeptualisierung europäischer Öffentlichkeit angelegt wurden. Entsprechend ernüchternd fielen die frühen Analysen aus: Es wurde ein dem Demokratiedefizit der EU vorgelagertes europäisches Öffent-

lichkeitsdefizit angenommen (Gerhards 1993). Spätere Arbeiten wiesen dann auf die Konstitutionsmomente europäischer Öffentlichkeit hin, allerdings kamen diese Arbeiten oftmals nicht umhin, entweder die normativen Kriterien europäischer Öffentlichkeit abzuschwächen (Eder 2000) oder sie aus einer kulturwissenschaftlich geprägten Perspektive aufzugeben (Brüggemann et al. 2009).

Die Frage der Transnationalisierung von Öffentlichkeit stellte sich vor allem vor dem Hintergrund des Metaprozesses der Globalisierung (Beck 1997, Stichweh 2000, Brüggemann/Wessler 2014, Pfetsch et al. 2019). Im Verlauf der 2000-er und vor allem 2010-er Jahre hat sich Öffentlichkeitsforschung stärker einer anderen Form des Strukturwandels der Öffentlichkeit zugewandt: der Digitalisierung von Öffentlichkeit vor dem Hintergrund des Metaprozesses einer (tiegreifenden) Mediatisierung der Gesellschaft (Krotz 2007, 2017, Hepp 2018). Bürger:innen können im *Social Web* aktiv an der Herstellung von Öffentlichkeit mitwirken. Als *Produser* (Bruns 2008a) sind sie sowohl Produzent:innen als auch Rezipient:innen von Inhalten. Standen zu Beginn der Debatte vor allem die partizipativen und demokratiefördernden Potenziale des *Social Web* im Vordergrund der Debatte, hat zuletzt eine skeptische bzw. negative Umdeutung des digitalen Transformationsprozesses stattgefunden. Die algorithmische Filterung und Personalisierung von Nachrichten (Pariser 2012), das Aufkommen von Inzivilität (Bormann et al. 2021) und Missinformation im Internet können als demokratieschädigende Formen von Online-Partizipation (Quandt 2018) bewertet werden. Darüber hinaus wird zunehmend die Macht der großen Digitalplattformen (van Dijck 2013, van Dijck et al. 2018) und die Vermischung politischer Öffentlichkeit mit ökonomischen Interessen (Staab/Thiel 2021) betont. Schlagworte wie Filter Bubbles, Hate Speech und Fake News, die auch außerhalb der wissenschaftlichen Debatte breit diskutiert wurden, repräsentieren die negative Umdeutung des digitalen Transformationsprozesses. Habermas (2021) selbst verteidigt vor diesem Hintergrund nun in seinen jüngsten Arbeiten die einst noch als *vermachtet* bewerteten klassischen Massenmedien, die zunehmend durch den digitalen Strukturwandel herausgefordert werden (Jarren/Fischer 2021).

Digitalisierungs- und Mediatisierungsprozesse bedingen auf multiple Weise einen neuen Strukturwandel der Öffentlichkeit (Eisenegger et al. 2021, Seelinger/Sevignani 2021). Der digitale Strukturwandel ist mitnichten auf nationale Öffentlichkeiten beschränkt, sondern steht in reziproken Beziehungen zu Globalisierungs- und Transnationalisierungsprozessen (Castells 2001, 2008). Er tangiert daher notwendigerweise auch die Entwicklung europäischer Öffentlichkeit. Vor diesem Hintergrund stellt sich die Frage, welche Implikationen sich durch den digitalen Strukturwandel für die europäische Öffentlichkeit ergeben. In diesem Buch soll dieser übergeordneten Frage anhand von zwei Teilfragen nachgegangen werden. Auf der einen Seite werden eine theoreti-

sche Frage und ein theoretisches Ziel, auf der anderen Seite eine empirische Frage und ein empirisches Ziel verfolgt:

1. **Theoretische Frage:** Wie kann europäische Öffentlichkeit vor dem Hintergrund des digitalen Strukturwandels und der klassischen Modelle europäischer Öffentlichkeit (re-)konzeptualisiert bzw. modelliert werden?
2. **Empirische Frage:** Wie können die sich auf den Plattformen des *Social Web* konstituierenden, digitalen, europäischen Öffentlichkeiten empirisch erfasst und modelliert werden?

Für die Beantwortung dieser beiden Fragen wird zunächst in Kapitel 2 und 3 der theoretische Ausgangspunkt dieses Buches festgelegt. In Kapitel 2 wird zunächst eine theoretische Fundierung des Konzepts der Öffentlichkeit vorgelegt. Dabei wird Öffentlichkeit sowohl als eine empirische, d.h. mit Bezug auf die empirische Struktur von Öffentlichkeit, wie auch normative Kategorie, d.h. mit Bezug auf die demokratietheoretischen Rückbezüge, verstanden. Diese theoretische Fundierung von Öffentlichkeit dient als Bezugspunkt zu den in den folgenden Kapiteln beschriebenen Strukturwandelprozessen. Kapitel 3 setzt sich schwerpunktmäßig mit der Transnationalisierung von Öffentlichkeit im europäischen Kontext auseinander. Im Kern steht hier die Aufarbeitung der klassischen Modelle europäischer Öffentlichkeit. Diese wurden sowohl im Lichte der strukturellen als auch der normativen Konzepte von Öffentlichkeit, die in Kap. 2. eingeführt wurden, entwickelt. In Kapitel 4 wird daran anschließend der digitale Strukturwandel von Öffentlichkeit sowohl auf struktureller als auch normativer Ebene beschrieben. Dafür wird eine eigene Konzeptualisierung digitaler Öffentlichkeit als multiples Mehrebenenmodell vorgeschlagen. Dabei wird sowohl auf den Konzepten digitaler Öffentlichkeit als auch auf den klassischen Modellen europäischer Öffentlichkeit aufgebaut. Kapitel 5 stellt dann den im engeren Sinne eigenen empirischen Teil dieses Buches dar. Der Kern bildet hier eine Analyse des #EU und #UE¹ auf Twitter. Der mit dem R-package *academictwitter* erhobene Datensatz beinhaltet 4.085.921 Tweets und Retweets, die das gesamte Jahr 2021 dieser Hashtags abdecken. Hieraus wurde für die nach verschiedenen Sprachen getrennten Teildatensätze jeweils eine eigene Analyse durchgeführt. Als wesentliche Analyseverfahren wurde sich für das *Structural Topic Modeling* (Roberts et al. 2013, 2014) und die Netzwerkanalyse (Scott 2017, Jansen 2003, Baur 2022) entschieden. Sowohl die Datenauswahl als auch das methodische Verfahren wurden auf Basis des im vorherigen Kapitel priorisierten theoretischen Modells europäischer Öffentlichkeit getroffen. Die theoretischen Überlegungen bezüglich der Konzepte europäischer Öffentlichkeit für den digitalen Strukturwandel sind leitend für die empirische Erforschung digitaler, europäischer Öffentlichkeit. Die daraus gewonnenen Erkenntnisse über die empirische Verfasstheit digitaler, eu-

1 UE ist die Abkürzung für die Europäische Union in Sprachen wie Französisch, Italienisch und Spanisch.

europäischer Öffentlichkeit tragen dann wiederum dazu bei, eine Rekonzeptualisierung europäischer Öffentlichkeit vorzunehmen. Dabei argumentiere ich, dass sich in den Öffentlichkeiten digitaler Plattformen das klassische europäische „Öffentlichkeitsdefizit“ verlagert hat. Während die massenmedial geprägten und nationalstaatlichen organisierten Öffentlichkeiten sich als zu kleinteilig für eine einheitliche europäische Öffentlichkeit erwiesen haben, handelt es sich bei den digitalen Plattformen um globale Netzwerke, deren Medienlogik einer kommunikativen Beschränkung auf europäische Akteur:innen und Themen entgegenläuft.

Neben den inhaltlichen Fragen werde ich damit die Verbindung von klassischer sozial- und medienwissenschaftlicher Theorie und modernen Methoden der Datenanalyse aus den Computational Social Science herstellen. Gerade in den vergangenen Jahren konnte in einer Reihe multiparadigmatisch ausgerichteter Disziplinen, die über ein großes Spektrum an Theorien und Methoden verfügen, weitere Abgrenzungs- bzw. Abspaltungstendenzen beobachtet werden. Beispielsweise wurde in der deutschsprachigen Soziologie neben der Deutschen Gesellschaft für Soziologie (DGS) auch die sogenannte Akademie für Soziologie als eine Art zweite Fachgesellschaft mit stark quantitativ-methodischer Ausrichtung gegründet. In diesem Buch wird ein Wissenschaftsverständnis in Bezug auf die Medien-, Kommunikations- und Sozialwissenschaft vertreten, das die theoretische wie methodische Multiparadigmatizität dieser Disziplinen, und die daraus ermöglichten Wechselbeziehungen, als wesentliches Alleinstellungsmerkmal dieser Fächergruppe im Vergleich zu den Geistes- und den Naturwissenschaften versteht.

2. Öffentlichkeit als normatives und empirisches Konzept

In diesem Kapitel werden eine theoretische Fundierung und Begriffsbestimmung des Konzepts der Öffentlichkeit vorgenommen. Dies dient als zentrale theoretische Grundlage dieser Arbeit, auf die im weiteren Verlauf immer wieder Bezug genommen wird. Von den hier vorgestellten Konzepten einer (vor-digitalen) Öffentlichkeit ausgehend, wird im Anschluss der Anwendungsfall europäische Öffentlichkeit und deren digitaler Strukturwandel beschrieben.

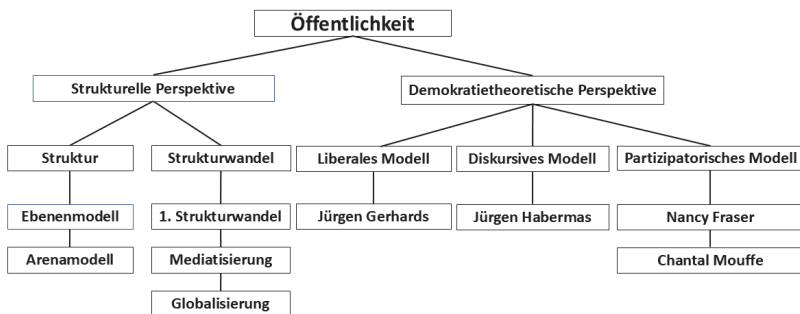


Abb. 1: Überblick über die Öffentlichkeitsmodelle (Eigene Darstellung)

Dieses Kapitel ist von einer grundlegenden Unterscheidung geprägt: (1) der Struktur bzw. Strukturveränderungen von Öffentlichkeit und (2) den normativen, demokratiethoretischen Grundlagen des Konzepts der Öffentlichkeit (s. Abb. 1). Während bei ersterem die konkrete, empirische Verfasstheit und der Aufbau von Öffentlichkeit im Vordergrund stehen, geht es im zweiten um die normativen Funktionen von Öffentlichkeit innerhalb demokratischer Gesellschaften.

Bereits zu Beginn seiner Erforschung wurde das Konzept Öffentlichkeit auf der einen Seite als normatives Element moderner Demokratien sowie auf der anderen Seite als empirisch beobachtbare und historisch wandelbare Entität verstanden. Kein Werk verbindet diese beiden Facetten von Öffentlichkeit mehr als Habermas' Klassiker „Strukturwandel der Öffentlichkeit“ (2018/1962), bei dem die historischen Wandlungsprozesse mit der Idealisierung bürgerlicher Öffentlichkeit Hand in Hand gehen. Auch in seinen jüngsten Arbeiten bearbeitet Habermas das Verhältnis von „normativer und empirischer Theorie“ (2021: 471). Obwohl beide Zugänge zur Öffentlichkeit sich durch verschiedene Vorgehensweisen definieren und dabei oftmals auch unterschiedliche Fragestellungen verfolgen, kann dennoch ein produktives Verhältnis zwischen ihnen angenommen werden. Auf der einen Seite benötigen die normativ

geprägten Konzepte die empirischen Analysen, um fundierte Beurteilungen über die Umsetzung normativer Grundsätze vornehmen zu können. Auf der anderen Seite ist auch die empirische Öffentlichkeitsforschung auf normative Konzepte angewiesen, um überhaupt Zugänge zur Öffentlichkeit als empirisches Phänomen zu erhalten, oder wie Habermas es ausdrückt, „dass empirische Untersuchungen demokratischer Meinungsbildungsprozesse ihren Witz verlieren, wenn sie nicht *auch* im Lichte jener normativen *Erfordernisse* interpretiert werden, denen sie in demokratischen Verfassungsstaaten genügen sollen [...]“ (ebd.: 471, Herv. im Orig.). Das Verhältnis von Empirie und Normativität kann für Habermas als noch grundlegender beschrieben werden. Demnach seien normative Ansprüche an Öffentlichkeit bzw. an demokratische Verfassungsstaaten „im staatsbürgerlichen Bewusstsein, d.h. in den impliziten Überzeugungen der Bürger selbst verankert“ (ebd.: 474). Aus dieser Perspektivierung des Verhältnisses von Normativität und Empirie leitet er ferner ab, dass es nicht die Aufgabe von Demokratie- und Öffentlichkeitstheorie ist „die Prinzipien einer gerechten politischen Ordnung in eigener Regie zu entwerfen“, sondern vielmehr „die intuitiven Erwartungen und Legitimitätsvorstellungen der Bürger *rational zu rekonstruieren*“ (ebd., Herv. im Orig.).

Im Folgenden wird nun zunächst in die Struktur von Öffentlichkeit in Form von Ebenen- und Arenamodellen, wie auch in die vergangenen (Habermas) und aktuellen Strukturwandelprozesse (Mediatisierung, Transnationalisierung) eingeführt (Kap. 2.1). Im Anschluss werden die normativen, demokratietheoretisch grundierten Modelle von Öffentlichkeit und die hier relevanten Theoretiker:innen Jürgen Gerhards, Jürgen Habermas, Nancy Fraser und Chantal Mouffe vorgestellt (Kap. 2.2).

2.1 Struktur und Strukturwandel von Öffentlichkeit

Das folgende Unterkapitel zielt auf die Beschreibung der Struktur und des Strukturwandels von Öffentlichkeit. Es werden damit Arbeiten, welche die empirische Verfasstheit von Öffentlichkeit beschreiben, in zwei Kategorien eingeteilt. Erstere legen den Fokus auf die Beschreibung der zu einem gegebenen Zeitpunkt vorhandenen Ordnung von Öffentlichkeit (Kap. 2.1.1). Zweitere zielen auf die Veränderungsprozesse ebenjenes Konstruktes, wobei sie auch Strukturbeschreibungen von Öffentlichkeit vornehmen müssen.² Während zunächst der Strukturwandel der Öffentlichkeit nach Habermas beschrieben wird (Kap. 2.1.2), thematisieren die beiden folgenden Unterkapitel zwei Transformationsprozesse, die für den sich gegenwärtig vollziehenden neuen Struktur-

2 Diese Unterscheidung ist bereits bei Auguste Comte (1974) als Statik und Dynamik des Sozialen angelegt.

wandel der Öffentlichkeit zentral sind: die Mediatisierung (Kap. 2.1.3) und Globalisierung/Transnationalisierung (Kap. 2.1.4). Diese Perspektivierung von Öffentlichkeit als einer zu einem gegebenen Zeitpunkt vorhandenen Struktur, welche sich allerdings in Transformationsprozessen befindet, wird durchgehend im Buch beibehalten.

2.1.1 Struktur der Öffentlichkeit: Ebenen- und Arenamodelle

Um die Struktur von Öffentlichkeit erfassen zu können, wurde eine Reihe von Systematisierungen von Öffentlichkeit vorgeschlagen. Dies trifft u.a. auf die sogenannten Ebenenmodelle von Öffentlichkeit zu (Gerhards/Neidhardt 1990: 19 ff., Klaus 2001). Diese fußen auf einer systemtheoretischen, funktionalistischen Perspektive, die Öffentlichkeit als ein ausdifferenziertes Selbstbeobachtungssystem der Gesellschaft versteht. So wird sowohl nach der Struktur als auch nach der Funktion von Öffentlichkeit gefragt (Gerhards/Neidhardt 1990: 6). Öffentlichkeit wird als „Selbstverständigungsprozess der Gesellschaft“ (Katzenbach 2016: 16) verstanden, in dem gesellschaftliche Wirklichkeitskonstruktionen diskutiert, ent- und verworfen werden (ebd., s.a. Klaus 2001).

Im Wesentlichen wird zwischen drei relevanten Ebenen unterschieden (s. Tab. 1). Die „unterste“ Ebene stellen für Gerhards/Neidhardt sogenannte *Encounter-Öffentlichkeiten* dar, bei Klaus heißt sie *einfache Öffentlichkeit*. Dabei handelt es sich um einfache Interaktionssysteme, die zustande kommen „wenn Menschen heterogener Herkunft mehr oder weniger zufällig aufeinander treffen und miteinander kommunizieren“ (Gerhards/Neidhardt 1990: 20). Es haben sich noch keine Sprecher- und Publikumsrollen ausgebildet, d.h. prinzipiell kann jeder in einfachen Öffentlichkeiten sowohl als Sprecher:in als auch als Zuhörer:in auftreten. Einfache Öffentlichkeiten werden in der Regel als nicht massenmedial vermittelte Kommunikation verstanden (Katzenbach 2016: 4). Da einfache Interaktionen häufig nicht miteinander verbunden sind, entsteht „zwischen ihnen kein Kommunikationsfluss [...], der synergetische Effekte der Meinungsbildung auslösen könnte“ (Gerhards/Neidhardt 1990: 21).

Auf der mittleren Ebene werden sogenannte *Versammlungsöffentlichkeiten* verortet, die sich räumlich und thematisch zentriert bei öffentlichen Veranstaltungen konstituieren. Hier existiert in der Regel eine Rollendifferenzierung in Sprecher:innen und Publikum. Als die für moderne Gesellschaften bedeutendste Ebene der Öffentlichkeit erweist sich die Massenkommunikation der modernen Medien (Gerhards/Neidhardt 1990: 23). Diese sind auf eine technische Infrastruktur sowie professionelle Leistungsrollen in Form von Journalist:innen, die als Gatekeeper und Agenda-Setter auf die Struktur der öffentlichen Meinung einwirken, angewiesen. Encounter- und Versammlungsöffentlichkeiten können nur überregionale Aufmerksamkeit erfahren, wenn sie in den Massenmedien thematisiert werden. Gleichzeitig bemisst sich der Einfluss

der Massenmedien in der Rückwirkung auf ebenjene Präsenzöffentlichkeiten (ebd.). Gerhards und Neidhardt gehen somit von der Gleichrangigkeit aller Öffentlichkeitsebenen aus. Als Vorzüge des Ebenenmodells erweisen sich insbesondere die Möglichkeit, die Verbindungspunkte der verschiedenen Ebenen zu benennen und damit Öffentlichkeit ganzheitlich zu erforschen (Katzenbach 2016: 2).

Tab. 1: Ebenenmodell von Öffentlichkeit (von Katzenbach 2016: 4)

Ebene von Öffentlichkeit	Zugang	Kommunikation/ Rollen	Funktion	Medialität
komplex	Profession	Indirekt/einseitig	Selektion, Verarbeitung, Verbreitung von Themen	medial
mittel	Kompetenz/ Status	direkt, Rollen- differenzierung	Themen/ Meinungen bündeln und bereitstellen	direkt
einfach	keine Begrenzung	gleichberechtigt, wechselnd	Alltagsrelevanz, Bedeutung und Wirkung von Themen	direkt, flüchtig

Neben den bzw. aufbauend auf den Ebenenmodellen existieren weitere Strukturbestimmungen von Öffentlichkeit. Imhof (2011) übernimmt besonders das bei Gerhards/Neidhardt (1990: 12, 27, 33) angelegte Verständnis von Öffentlichkeit als einer Arena im Sinne von Kommunikationsforen, in denen bestimmte Akteur:innen vor einem Publikum (*Galerie*) um Ressourcen wie Aufmerksamkeit, Deutungshoheit, Prestige und Anerkennung kämpfen. Imhof unterscheidet zwischen einer politisch-kulturellen Öffentlichkeit sowie einer Vielzahl autonomer Öffentlichkeiten. Erstere versteht Imhof „als Netzwerk von Kommunikationsflüssen [...], die in Arenen zusammenfließen“ (2011: 90). Dabei werden die Arenen öffentlicher Kommunikation auf der einen Seite von gesellschaftlichen Institutionen hervorgebracht, auf der anderen Seite limitieren die Arenen die Handlungsspielräume der in ihnen agierenden Akteur:innen (ebd.). Für die politisch-kulturelle Öffentlichkeit sind besonders die zentralen Funktions- bzw. Handlungssysteme Medien, Politik und Wirtschaft relevant. Diese befänden sich in einem wechselseitigen Abhängigkeitsverhältnis, da sie „ökonomisch sowie bezüglich der Herstellung von legitimen Entscheidungen, Bekanntheit und Reputation aufeinander angewiesen“ (ebd.: 95) sind. Hinzu kommen zivilgesellschaftliche Akteur:innen, die in erster Linie über medienwirksame Aktionen Aufmerksamkeit produzieren müssen. Neben diesen Akteursgruppen betont Imhof ebenfalls die Rolle sogenannter semiautonomer Sphären wie Wissenschaft, Kunst und Religion, welche mit spezifischen Expertenrollen und -kulturen ausgestattet sind. Die je eigenen Perspektiven (kognitiv, ethisch, expressiv), mit denen aus diesen Funktionssystemen Themen kommentiert und ggf. sogar gesetzt werden, produzieren „reflexionsfördernde Spannungspotenziale“ (ebd.: 91) mit dem Kern der politisch-kulturellen Öffentlichkeit, welche sämtliche Weltbezüge umfasst. Zusammen produzieren die Funktionssysteme sowie die semiautONOMEN Teilsysteme die po-

litisch-kulturelle Öffentlichkeit, in der sich „die Verknüpfung von Erwartungs-, Aufmerksamkeits- und Gesellschaftsstrukturen“ (ebd.: 98) ständig reproduziert. Neben der politisch-kulturellen Öffentlichkeit besteht zudem eine Vielzahl autonomer Öffentlichkeiten. Diese zeichnen sich dadurch aus, dass sie konkurrierende bzw. alternative Weltanschauungen zur politisch-kulturellen Öffentlichkeit vertreten bzw. sich spezifische Bereiche der politisch-kulturellen Öffentlichkeit aneignen, diese aber „unter dem Aspekt der Krisenhaftigkeit und des Niedergangs“ (ebd.: 97) beurteilen. Damit fordern die autonomen Öffentlichkeiten die etablierten Erwartungs-, Aufmerksamkeits- und Gesellschaftsstrukturen der politisch-kulturellen Öffentlichkeit, denen sie diametral entgegenstehen, fortlaufend heraus.

In den bislang vorgestellten Ansätzen wurde Öffentlichkeit vornehmlich als ein statisches Konstrukt betrachtet, dessen Struktur beschrieben und nachgezeichnet werden kann. Im folgenden Kapitel soll nun die dynamische Perspektive nach den Strukturveränderungen von Öffentlichkeit eingenommen werden.

2.1.2 Strukturwandel der Öffentlichkeit

Neben ihrer Systematisierung und Strukturbestimmung wurde von Seiten der Öffentlichkeitsforschung bereits sehr früh die Frage nach den historischen Strukturveränderungen von Öffentlichkeit gestellt. Als grundlegende Studie, welche die strukturellen Veränderungen von Öffentlichkeit beschreibt, gilt Habermas' Habilitationsschrift „Strukturwandel der Öffentlichkeit“ (2018/1962). Seine deskriptive Analyse von historischen Strukturveränderungen bürgerlicher Öffentlichkeit geht allerdings Hand in Hand mit der Idealisierung bürgerlicher Öffentlichkeit, sodass er stets zwischen historischen Fakten und normativen Idealen changiert. Während an dieser Stelle nun die strukturellen Veränderungen in den Blick genommen werden, stehen in folgenden Unterkapitel auch die normativen, demokratietheoretischen Perspektiven auf Öffentlichkeit im Vordergrund.

Zum Ende des 18. Jahrhunderts konstituiert sich nach Habermas eine bürgerliche Öffentlichkeit. Dies erfolgt Hand in Hand mit der Bildung von Nationalstaaten oder „was seitdem ‚Nation‘ genannt wird“ (ebd.: 74, Herv. im Orig.). Die bürgerliche Öffentlichkeit versteht Habermas „als die Sphäre der zum Publikum versammelten Privatleute“ (ebd.: 86). Das wechselseitige aufeinander Beziehen von öffentlicher und privater Sphäre findet ihren Ausdruck in der Funktion und der Wirkungsweise der Presse. Auf der einen Seite nutzte der Staat die Presse, um Bekanntmachungen und Veröffentlichungen an die Staatsbürger:innen zu richten. Diese bilden das (Lese-)Publikum, wobei insbesondere die sich neu konstituierte gebildete bürgerliche Schicht Hauptempfänger dieser Kommunikation war (ebd.: 80). Auf der anderen Seite macht sich

die bürgerliche Gesellschaft die Möglichkeiten der Presse zu nutzen, um sich ihrerseits als neuformierte *kritische* Öffentlichkeit an den Staat zu richten. Mithilfe der Presse kann dem absolutistischen Herrscher demnach eine öffentliche Meinung entgegengestellt werden. Neben der Presse sieht Habermas im Aufkommen von Salons in Frankreich, Kaffeehäuser in England und Tischgesellschaften in Deutschland weitere Institutionen der Öffentlichkeit entstehen, die einen dauerhaften Diskurs der Privatleute etablieren.³ Hier versammeln sich die vom Hof zunehmend losgelöste Aristokratie und die „Intelligenz“ (ebd.: 93), bestehend aus Schriftsteller:innen, Künstler:innen und Wissenschaftler:innen. Zuerst formieren sich vorpolitische, literarische Öffentlichkeiten, deren kritischer Charakter sich auch im Aufkommen von Kunst-, Literatur- und Theaterkritik spiegelt (ebd.: 103). Die literarische Öffentlichkeit wird wenig später um die politische Öffentlichkeit ergänzt. Hier wird sich diskursiv mit den „allgemeinen Regeln des Verkehrs in der grundsätzlich privatisierten, aber öffentlich relevanten Sphäre des Warenverkehrs und der gesellschaftlichen Arbeit“ (ebd.: 86) auseinandergesetzt. Während sich also in der literarischen Öffentlichkeit über Erfahrungen der Privatheit ausgetauscht wird, steht in der politischen Öffentlichkeit die Regelung der Privatheit im Vordergrund. Die politische Öffentlichkeit erfährt in dieser Zeit eine zunehmende Institutionalisierung – unter anderem in Form von Parlamenten als Volksvertretung sowie in der Ausweitung der politischen Mitbestimmungsrechte von Bürger:innen (z.B. Wahlrecht).

Ihr kommunikatives Medium ist nach Habermas das *öffentliche Raisonement*, sprich der Rückbezug zur Vernunft:

„Gleichzeitig beansprucht, was [...] aus dem öffentlichen Raisonement resultiert, Vernünftigkeit; ihrer Idee nach verlangt eine aus der Kraft des besseren Arguments geborene öffentliche Meinung jene moralisch präventive Rationalität, die das Rechte und das Richtige in einem zu treffen sucht“ (ebd.: 119 ff.).

Die hier gebildete Rationalität steht nach Habermas zudem im engen Zusammenhang mit dem Gesetzgebungsprozess. Dies belegt Habermas mit der konkreten Ausgestaltung bürgerlicher Gesetzbücher in Frankreich, Österreich und Preußen, die „vielfach durch das öffentliche Raisonement der zum Publikum versammelten Privatleute hindurchgegangen“ (ebd.: 144) seien. Die Gesetzgebungskompetenz in Händen der bürgerlichen Gesellschaft bzw. des Gesetzestaates, der für Habermas selbst eine bürgerliche Idee ist, bedingt „die Auflösung von Herrschaft“ (ebd.: 152) und ihrer Umwandlung in reine Vernunft.

3 Folgende Übereinstimmungen weisen diese Öffentlichkeiten nach Habermas auf (ebd.: 97 ff.). Diese Gemeinsamkeiten deuten bereits auf die von Habermas später formulierten Kriterien der idealen Sprechsituation hin: 1. Gleichheit/Ebenbürtigkeit der Kommunikationsteilnehmer:innen; 2. Abwesenheit wirtschaftlicher/staatlicher Zwänge; 3. Problematisierung von bislang nicht hinterfragten Gegebenheiten; 4. Prinzipielle Offenheit des Publikums.

Einmal mehr wird an dieser Stelle die Verbindung historisch-deskriptiver und normativer Elemente in der Analyse von Habermas deutlich. Nicht umsonst beschreibt Nancy Fraser Habermas Konzeption einer bürgerlichen Öffentlichkeit auf der einen Seite als historische Institution, auf der anderen Seite aber als „utopian ideal“ (Fraser 1990: 62). Habermas selbst hat in seinem Vorwort zur Neuauflage des Strukturwandels der Öffentlichkeit mittlerweile die Überschätzung des deliberativen Potenzials der bürgerlichen Öffentlichkeit eingeräumt (siehe Habermas 2018/1962: 11–50).

Im ausgehenden 19. und im 20. Jahrhundert vollzieht sich nach Habermas nun ein Struktur- und Funktionswandel der bürgerlichen Öffentlichkeit. Die Kernthese ist hier, dass die bürgerliche Öffentlichkeit ihre kritische Funktion verliert. Es wird in dieser Hinsicht eine Verfallsgeschichte bürgerlicher Öffentlichkeit skizziert. Dies soll sich primär vor dem Hintergrund einer zunehmenden Gleichschaltung von Staat und Gesellschaft vollziehen. So etabliert sich eine neue Sphäre, die „weder als eine rein private noch als eine genuin öffentliche aufgefaßt“ (ebd.: 238) werden kann. Die zum Publikum versammelten Privatleute üben nun keine Vermittlungsfunktion dieser Sphären aus. Vielmehr wird das Publikum durch Vertretungsinstitutionen Parteien und Verbände von diesen Aufgaben entlastet. Das Publikum ist damit vom primären Machtkreislauf politischer Entscheidungsfindung abgekoppelt und nur gelegentlich „und auch dann nur zu Zwecken der Akklamation einbezogen“ (ebd.: 269). Die wechselseitige Durchdringung von Staat und Gesellschaft resultiert weiterhin in der Polarisierung von Sozial- und Intimsphäre: Das Familienleben wird immer privater, das Berufsleben immer öffentlicher (ebd.: 238). In diesem Zusammenhang lässt sich auch ein Wandel des Publikums beobachten. Die literarische und politische Öffentlichkeit der bürgerlichen Gesellschaft setzte sich maßgeblich aus einem *kulturräsonierenden* Publikum zusammen. Dies war nach Habermas nur durch die strukturelle Unabhängigkeit insbesondere vom Wirtschaftssystem möglich. Dies ist in der sich im Zerfall befindenden bürgerlichen Öffentlichkeit nicht mehr der Fall. Hier hat sich das *kulturräsonierende* zu einem *kulturkonsumierenden* Publikum entwickelt, das seine kritische und politische Funktion mehr und mehr verliert:

„Das sogenannte Freizeitverhalten ist apolitisch schon deshalb, weil es, in den Kreislauf von Produktion und Konsum einbezogen, eine vom unmittelbar Lebensnotwendigen emanzipierte Welt nicht zu konstituieren vermag. [...] Wenn die Gesetze des Marktes, die die Sphäre des Warenverkehrs und der gesellschaftlichen Arbeit beherrschen, auch in die den Privatleuten als vorbehaltene Sphäre eindringen, wandelt sich Raisonement tendenziell in Konsum, und der Zusammenhang öffentlicher Kommunikation zerfällt in die wie immer gleichförmig geprägten Akte einzelner Rezeption“ (ebd.: 249).

Kulturindustrie⁴ und Massenmedien treten an die Stelle der Salons und Tischgesellschaften. Auch die Institutionalisierungen bestimmter öffentlicher Diskussions- und Kommunikationsformate (z.B. Podiumsdiskussion) nehmen für Habermas „selbst die Gestalt eines Konsumguts an“ (ebd.: 252). Nicht mehr nur die Bücher, Museen und Theater sind kostenpflichtig, sondern auch Gespräche und der Diskurs selbst (ebd.: 253).

Die Massenmedien und damit die Publizität wird, trotz Vergrößerung ihrer Reichweite qua technologischen Fortschritts, ihres kritischen, rationalen Charakters beraubt und sind für Habermas nun manipulativer Natur. Neben der Manipulation des Publikums dienen die Massenmedien auch der Legitimation der Herrschaft (ebd.: 270). Die Presse selbst hat in dieser Hinsicht einen Funktionswandel durchlaufen und folgt betriebs- und privatwirtschaftlichen Interessen und Logiken. Medieninhalte werden Nachrichtenwertfaktoren angepasst, die Finanzierung erfolgt maßgeblich über Annoncen und Anzeigen. Dabei adressiert Werbung eine ökonomische, die Public Relations dagegen eine politische Öffentlichkeit – letztere mit dem Ziel, die öffentliche Meinung zu beeinflussen und zu strukturieren (ebd.: 290). Die eigentliche Funktion der PR, den Anschein zu erwecken das Privatleute an der Herstellung öffentlicher Meinung mitwirken, wird allerdings verschleiert. Der auf diese Weise vermeintlich erzielte Konsens, der eher durch Konformität denn durch rationale Kritik hergestellt wird, kommt für Habermas in dieser Form lediglich einer Inszenierung gleich – er „hat natürlich mit öffentlicher Meinung, mit der endlichen Einstimmigkeit eines langwierigen Prozesses wechselseitiger Aufklärung [...] nicht viel gemeinsam; denn das ‚allgemeine Interesse‘, auf dessen Basis allein eine rationale Übereinstimmung öffentlich konkurrierender Meinungen zwanglos sich einspielen konnte, ist genau in dem Maße verschwunden, in dem die publizistischen Selbstdarstellungen privilegierter Privatinteressen es für sich adoptieren“ (ebd.: 291). Zugleich markiert die Praxis der Public Relations für Habermas eine Refeudalisierung der bürgerlichen Öffentlichkeit.⁵ In seinem Vorwort zur Neuauflage des Strukturwandels der Öffentlichkeit von 1990 kritisiert Habermas seine eigene Verfallsgeschichte bürgerlicher Öffentlichkeit als eine

4 Habermas zeigt sich hier maßgeblich vom Kulturindustrie-Kapitel der „Dialektik der Aufklärung“ (2004/1944) von Max Horkheimer und Theodor Adorno beeinflusst. Diese sehen in der Kulturindustrie ebenfalls eine Form der Durchsetzung instrumenteller Vernunft. Kultur wird zur Ware, wenn sie sich an ökonomischen Kriterien messen lassen muss. Die Kulturindustrie dient der Bewusstseinsbildung der Menschen, die als homogene, gleichgeschaltete Masse externen Stimuli ausgesetzt ist.

5 So zielt die PR primär auf Repräsentation sowie die Verwaltung der eigenen Reputation: „Öffentlichkeit wird zum Hof, vor dessen Publikum sich Prestige entfalten läßt – statt in ihm Kritik“ (ebd.: 299, Herv. im Orig.). Öffentlichkeit ist in dieser Hinsicht nicht einfach vorhanden, vielmehr muss sie durch Öffentlichkeitsarbeit situativ produziert werden (z.B. in Wahlkämpfen).

zu „pessimistische Einschätzung“ (ebd.: 50), ebenso seinen „trotzigen, bloß postulierenden Ausblick“ (ebd.).⁶

Nachdem Habermas einen grundlegenden Strukturwandel von Öffentlichkeit beschrieben hat, haben eine Reihe von Sozial- und Medienwissenschaftler:innen versucht, neuere Transformationsprozesse der Öffentlichkeit zu beschreiben (u.a. Münch 1995, 1997, Münch/Schmidt 2005, Castells 2008, Thimm 2016, Eisenegger 2017, Seeliger/Sevignani 2021, Bruns 2023). Dabei wurde stets auf Habermas Bezug genommen, der in der Öffentlichkeitstheorie die zentrale Referenzfigur darstellt. Für dieses Buch sind nun zwei sich wechselseitig beeinflussende und gegenwärtig vollziehende Metaprozesse, die mit dem Öffentlichkeitswandel in Zusammenhang stehen, zentral. Unter Metaprozessen werden „Prozesse von Prozessen“ (Krotz 2007: 27) verstanden, die sowohl räumlich als auch zeitlich entgrenzt sind und „die soziale und kulturelle Entwicklung der Menschheit langfristig beeinflussen“ (ebd.). Für Metaprozesse kann kein genauer Start- oder Endpunkt definiert werden. Vielmehr sind sie langandauernd und sowohl historisch als auch kulturell variabel. Die beiden relevanten Metaprozesse sind zum einen die Globalisierung, zum anderen die (tiefgreifende) Mediatisierung. Beide Metaprozesse des sich gegenwärtig vollziehenden neuen Strukturwandels der Öffentlichkeit werden nun im Folgenden einführend beschrieben.

2.1.3 Globalisierung und Transnationalisierung als Metaprozesse im Öffentlichkeitswandel

Der aktuelle Strukturwandel der Öffentlichkeit vollzieht sich neben dem Metaprozess der Mediatisierung auch vor dem Hintergrund der Globalisierung

-
- 6 Trotz seiner Selbstkritik hat Habermas mit seiner Analyse des Funktionswandels der Öffentlichkeit bereits in den 1960-er Jahren Entwicklungstendenzen moderner demokratischer Systeme aufgezeigt, die ihre Aktualität nicht eingebüßt haben. So hat Habermas eine Reihe von Aspekten vorweggenommen, die in den 1990-er Jahren unter dem Begriff der Postdemokratie subsumiert wurden. Der hier beschriebene Verfall demokratischer Normen und Werte ähnelt stark der von Habermas beschriebenen Refeudalisierung der Öffentlichkeit: Demnach beschreibt Postdemokratie „ein Gemeinwesen, in dem zwar nach wie vor Wahlen abgehalten werden, [...] in dem allerdings konkurrierende Teams professioneller PR-Experten die öffentliche Debatte während der Wahlkämpfe so stark kontrollieren, daß sie zu einem reinen Spektakel verkommt, bei dem man nur über eine Reihe von Problemen diskutiert, die die Experten zuvor ausgewählt haben. Die Mehrheit der Bürger spielt dabei eine passive, schweigende, ja sogar apathische Rolle, sie reagieren nur auf die Signale, die man ihnen gibt. Im Schatten dieser politischen Inszenierung wird die reale Politik hinter verschlossenen Türen gemacht: von gewählten Regierungen und Eliten, die vor allem die Interessen der Wirtschaft vertreten“ (Crouch 2008: 10).

(Krotz 2007: 27 ff., Hepp 2004, 2006, Beck 1997, Pfetsch et al. 2019). *Globalisierung* kann verstanden werden als „Prozess, der in die Richtung zunehmender Globalität weist“ (Schultz/Weßler 2005: 348). Dieser Prozess zeichnet sich durch gesteigerte Abhängigkeitsverhältnisse in verschiedenen gesellschaftlichen Sphären aus, welche die nationalstaatliche Ebene übersteigen. So definiert Anthony Giddens Globalisierung als „intensification of worldwide social relations which link distant localities in such a way that local happenings are shaped by events occurring many miles away and vice versa (Giddens 1990: 64). Die Zunahme transnationaler Abhängigkeiten kann für diverse gesellschaftliche Subsysteme wie Wirtschaft, Politik und Kultur diagnostiziert werden. Dabei stehen desintegrative Momente, wie der Verlust traditionaler, einheitlicher Wertesysteme, den integrativen Potenzialen, z.B. Integration qua Lebensstil, gegenüber (Krotz 2007: 27).

Im Kontext der Transformation von Öffentlichkeit wird der Globalisierungsbegriff allerdings auch unter Vorbehalt verwendet (Olesen 2005). So weist nicht jede transnationale Kommunikation zwingend einen globalen Charakter auf – transnationale Kommunikation kann allerdings durch Globalisierungsprozesse erklärt werden. In der Systemtheorie findet dagegen der Begriff der *Weltgesellschaft* Anwendung (Stichweh 2000). Diese wird als allumfassendes Sozialsystem verstanden, welches sich auf Grund der Ausweitungs- und Inklusionslogik von Funktionssystemen notwendigerweise konstituiert (hat): „Globalisierung und Inklusion verhalten sich wie zwei Seiten derselben Medaille. Überzeugende funktionsspezifische Symbole beanspruchen weltweite Geltung, und sie beanspruchen überall dort, wo sie Ansprüche erheben, Geltung für alle Teilnehmer an Kommunikation“ (Stichweh 2009: 35). Von dieser systemtheoretischen Perspektive ausgehend ist es nicht verwunderlich, dass nach Stichweh (2016) die Konstitution einer europäischen Öffentlichkeit bzw. einer *Weltöffentlichkeit* bereits im 18. Jahrhundert eingesetzt hat. Die Entstehung von nationaler Öffentlichkeit und Weltöffentlichkeit seien als „koevolutionäre Strukturbildungen der Moderne“ (ebd.: 57) anzusehen. Außerhalb der Systemtheorie wird die Bildung transnationaler Öffentlichkeit tendenziell später vermutet, in Folge von Globalisierungsprozessen und technischem Wandel. Brüggemann et al. (2009: 395) markieren zwei wesentliche Veränderungen, welche die Transnationalisierung von Öffentlichkeit bedingt haben:

1. Die Transnationalisierung von Politik in Form der Zunahme inter-, trans- und supranationaler Organisationen.
2. Die Deterritorialisierung von Kommunikationsräumen auf Grund der Zunahme von Technologien, welche Kommunikation über nationalstaatliche Grenzen hinweg ermöglichen.

Letzteres wird nicht nur als bedeutsam für die Transnationalisierung von Öffentlichkeit, sondern ebenso als Treiber von Transkulturalisierungsdynamiken gedeutet (Hepp 2004, 2006). Für Fraser ist in diesem Zusammenhang besonders von Bedeutung, dass sich auf Grund der Globalisierung zunehmend auch