
Kommunikationswissenschaft in Österreich. Öffentlichkeit(en) aus (trans-)nationaler Perspektive

Martina Thiele

1 Nationale Wissenschafts- und Fachkulturen als Forschungsgegenstand

Wird nach der Österreichischen Kommunikationswissenschaft im Vergleich zur Schweizer oder Deutschen oder US-Amerikanischen gefragt, steht dahinter die Annahme, dass es nationale Wissens- und Wissenschaftskulturen gibt, die zur Herausbildung einer nationalen Fachidentität führen. Doch ist klar, dass Wissenschaft nicht etwa auf Nationalstaaten begrenzt stattfindet, sondern sich in einem ständigen Austausch und Wettbewerb befindet, der als international, transnational, global bezeichnet werden kann. Dabei sind aber die Austauschbeziehungen, gerade in der Kommunikationswissenschaft, trotz internationaler Fachgesellschaften und -kongresse, recht einseitig; sprachlich und was Forschungsgegenstände, Theorien und Methoden anbelangt, herrscht eine starke Orientierung an der anglo-amerikanischen Kommunikationswissenschaft vor.

Eine Entgrenzung nationaler Kommunikationsräume lässt sich auch für die österreichische Kommunikationswissenschaft konstatieren. Sie geht einher mit einer Selbstverständnisse Debatte, die es seit den ersten Versuchen, das Fach als akademische Disziplin zu etablieren, gibt. Die Beschäftigung mit nationalen Wissenschaftskulturen berührt also räumliche und zeitliche Dimensionen, so dass von lokalen, regionalen, nationalen oder auch supranationalen Wissenschaftskulturen innerhalb einer bestimmten Zeitspanne gesprochen werden kann, bspw. der

M. Thiele (✉)

Fachbereich Kommunikationswissenschaft, Kommunikationstheorien und
Öffentlichkeiten, Paris Lodron Universität Salzburg, Salzburg, Österreich
E-Mail: martina.thiele@sbg.ac.at

österreichischen Wissenschaftskultur als Teil der europäischen nach Beginn des Bologna-Prozesses.

Bezogen auf das Fach Kommunikationswissenschaft in Österreich stellen sich zwei Fragen: zum einen, welche nationalen Besonderheiten erkennbar sind, d. h. worin die österreichische Kommunikationswissenschaft anderen nationalen Fachkulturen ähnelt oder aber sich unterscheidet, zum anderen welche transnationalen Einflüsse zu identifizieren sind. Letzteres meint, inwiefern die österreichische Kommunikationswissenschaft Ideen entwickelt, weitergegeben oder aufgenommen und sich dadurch verändert hat. Mit „Ideen“ sind hier zusammenfassend Forschungsgegenstände, Theorien, Begriffe und Methoden, aber auch Orientierungen sowie Einstellungen und Haltungen gemeint. Somit bildet die „Ideengestalt“, die „kognitive Ausdifferenzierung“ der österreichischen Kommunikationswissenschaft, einen Forschungsstrang, dem im Folgenden nachgegangen werden soll, den anderen, damit unmittelbar verbundenen Forschungsstrang bildet die „Sozialgestalt“, die „soziale Ausdifferenzierung“ der österreichischen Kommunikationswissenschaft. Der *räumliche* Schwerpunkt ist damit auf Österreich als Nationalstaat festgelegt, jedoch geht es um transnationale Perspektiven innerhalb der österreichischen Kommunikationsforschung und damit um „multidimensionale und graduelle Prozesse, die die Grenzen nationaler Räume überschreiten“ (Brüggemann et al. 2006, S. 215).

Der *zeitliche* Schwerpunkt der Untersuchung von Ideengestalt und Sozialgestalt liegt – nach einem kurzen historischen Rückblick – auf den letzten zwei Jahrzehnten. In diesem Zeitraum sind nach dem Ende der Ost-West-Konfrontation, dem Beitritt Österreichs zur EU 1995 und bedingt durch verschiedene technische Innovationen tief greifende gesellschaftliche Wandlungsprozesse in Gang gesetzt worden. Der *inhaltliche* Schwerpunkt liegt auf einem Forschungsfeld, das durch die seit den 1990er Jahren beschleunigte Technisierung und Globalisierung vor neuen Herausforderungen steht und bei dem sich transnationale Einflüsse deutlich bemerkbar machen: die Erforschung von (trans-)nationalen Öffentlichkeit(en).

Dem Versuch einer Bestimmung nationaler Wissenschaftskulturen sowie transnationaler Einflüsse sollte allerdings eine Klärung der Begriffe „Wissenschaftskultur“ und „Nation“ vorausgehen. Die Wissenschaftssoziologin Knorr-Cetina (1999, 2002) spricht von „*epistemic cultures*“, von Wissenschaftskulturen (im Plural!) als Teil von Wissenskulturen. Diese umfassen für sie „[...] diejenigen Praktiken, Mechanismen und Prinzipien, die, gebunden durch Verwandtschaft, Notwendigkeit und historische Koinzidenz, in einem Wissensgebiet bestimmen, *wie wir wissen, was wir wissen*“ (Knorr-Cetina 2002, S. 11). Wissensgenerierung und -validierung sind demnach an soziale Praxen gebunden.

Zu reflektieren ist neben politischen, ökonomischen und institutionellen Gegebenheiten die Rolle der Forschenden im Forschungsprozess, zumal wenn sie als Teil des Wissenschaftsbetriebs bzw. einer Wissenschaftskultur gerade diese/n erforschen. Der subjektive Faktor sollte also bei der Beschreibung und Analyse von Wissenschaftskulturen thematisiert werden, denn bislang herrscht insbesondere in manchen fachgeschichtlichen Aufarbeitungen ein Pseudo-Objektivismus, der vorgibt, wertneutral Alltagspraktiken in einem wissenschaftlichen Feld sowie das Miteinander von organisatorisch-sozialen und kognitiven Komponenten analysieren zu können. Wenn also in Anlehnung an Kaesler (1984, S. 9) und Averbek und Kutsch (2002, S. 59) die Verbindung von Sozialgestalt, Ideengestalt und Milieu innerhalb einer bestimmten Zeitspanne und innerhalb eines bestimmten Raumes untersucht und Aussagen über „die Kommunikationswissenschaft in Österreich“ getroffen werden, so geschieht dies unter der wissenschaftssoziologischen Prämisse einer sozialen Konstruiertheit wissenschaftlichen Wissens.

Das Wissen um die soziale Konstruiertheit von Begriffen hat auch die Beschäftigung mit Nationen verändert. Häufig zitiert wird Benedict Andersons Werk *„Imagined Communities“* (deutsch „Die Erfindung der Nation“) von 1983, doch auch Autoren wie Ernest Gellner, Eric Hobsbawm oder Zygmunt Bauman nehmen in den 1980er Jahren eine sozialkonstruktivistische Perspektive auf das Ideologem „Nation“ ein. Eine solche war zwar nicht neu, wenn man als einen wichtigen Ausgangspunkt konstruktivistischen Denkens in den Geistes- und Sozialwissenschaften Peter L. Bergers und Thomas Luckmanns Klassiker *„Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit“* nimmt. Dennoch lässt sich für die geistes- und sozialwissenschaftliche Beschäftigung mit dem Begriff „Nation“ ein (de-)konstruktivistischer Schub in den 1980er Jahren feststellen, der einerseits zur grundsätzlichen Infragestellung des Nationenbegriffs geführt hat, andererseits zur Begriffsdifferenzierungen und -neubildungen wie etwa „transnational“ oder „supranational“, die jedoch weiterhin die Nation als Bezugspunkt beinhalten. So definieren Brüggemann et al. (2009, S. 391) die Transnationalisierung von Öffentlichkeit als einen „multidimensionalen, langfristig-strukturellen und mehrfach segmentierten Prozess [...], der in national geprägten politischen Diskurskulturen gründet.“

Untersucht wird nach einem Überblick über die Kommunikationswissenschaft in Österreich und ihre Etablierung als akademische Disziplin, welche Publikationen von in Österreich tätigen KommunikationswissenschaftlerInnen seit den 1990er Jahren zum Thema Öffentlichkeit erschienen sind. Mittels Meta-Analyse soll erhoben werden, welche inhaltlichen Schwerpunkte gesetzt und welche theoretischen Bezüge hergestellt werden.

2 Etablierung der Kommunikationswissenschaft als akademische Disziplin

Der österreichische Weg der Kommunikationswissenschaft ist ein besonderer, da einige Entwicklungen früher als anderswo einsetzen, andere aber erst mit deutlicher Verspätung. Schon im Jahr 1903 stoßen Praktiker wie Emil Löbl oder Joseph Pulitzer die Diskussion über eine hochschulgebundene Journalistenausbildung an (vgl. Venus 1987, S. 115 f.). Ebenso früh werden auch erste empirische Studien, in denen es um Mediennutzung geht, z. B. von der Lazarsfeld-Gruppe durchgeführt. Diese Entwicklungen werden aber durch den Austrofaschismus und erst recht nach der Annektierung Österreichs entweder gestoppt oder aber in eine dem NS-Regime genehme Richtung gelenkt. Bundeskanzler Schuschnigg ruft 1935 persönlich die *Österreichische Gesellschaft für Zeitungskunde* ins Leben (vgl. Venus 1987, S. 120). In der konstituierenden Sitzung erläuterte er die Aufgaben dieser Gesellschaft und kündigte auch einen regelmäßigen Forschungs- und Lehrbetrieb für Zeitungskunde in Wien an. Im Jahr der Annektierung Österreichs, 1938, startete zum Wintersemester in Wien der Lehrbetrieb, allerdings dauert es noch bis Mai 1942, bis das Institut offiziell eröffnet wird. Ausschlaggebend sind dafür Uneinigheiten bei der Besetzung der Lehrkanzel. Letztlich kann jedoch Walther Heide, eine Schlüsselfigur in der damaligen Zeitungskunde, seinen Wunschkandidaten, den Nationalsozialisten Karl Oswin Kurth, durchsetzen (vgl. Kutsch 1984; Duchkowitsch 2004). Kurth folgt Heides Leitspruch „*Von der Presse kommen wir, bei der Presse bleiben wir*“ (zit. nach Hachmeister 1987, S. 56). Eine Ausweitung der Forschung auf andere Massenmedien und Kommunikationsformen ist damit ausgeschlossen.

Wenn auch die (hochschul-)politischen Gründe 1946 bei Wiedergründung des Wiener Instituts andere sind, halten sich die wenigen verbliebenen WissenschaftlerInnen wie etwa Marianne Lunzer-Lindhausen an die neuerliche Vorgabe, historische Presseforschung zu betreiben. Doch auch Öffentlichkeits- bzw. *Public Diplomacy-Forschung* findet statt. So publiziert Eduard Ludwig, von 1946 bis 1958 Institutsleiter, zudem „a. o. Gesandter und bevollmächtigter Minister“, 1951 das Emil Dovifat gewidmete, 40 Seiten starke Werk „Die Öffentlichkeit als Werkzeug der Politik. Eine kurze historische Zusammenstellung“.

Den Institutsbetrieb in den 1950er Jahren überhaupt aufrecht zu erhalten, erfordert enorme Anstrengungen. Eine Konsolidierung beginnt erst in den späten 1960er Jahren. In dieser Zeit besinnt man sich auch der Anfänge empirisch-sozialwissenschaftlicher Forschung und versucht an jene Traditionen anzuknüpfen. Zugleich beginnt eine Ausweitung des Fachgebietes und die Nachfrage nach

hochschulgebundener Journalistenausbildung steigt weiter an, was den Ausbau des Wiener Instituts immer dringlicher werden lässt. Nach Jahrzehnten interimistischer Leitung wird 1969 der im Fach habilitierte Kurt Paupié (1920–1981) mit der Institutsleitung betraut. Zur gleichen Zeit werden Pläne konkretisiert, auch an der 1962 wiedergegründeten Salzburger Universität eine Lehrkanzel für Publizistik einzurichten. Im Jänner 1969 ist es so weit: Der erste Lehrstuhlinhaber wird der Münsteraner Wissenschaftler Günter Kieslich (1924–1971). Hans Heinz Fabris meint rückblickend:

„Das – durchaus problematische – Schlagwort der ‚Gnade der späten Geburt‘ scheint zumindest auf den ersten Blick angesichts des Gründungsjahrs (1969) des Salzburger ‚Institut[s] für (damals) Publizistik und Kommunikationstheorie‘ sowie der unmittelbaren Vorgeschichte in den sechziger Jahren einige Plausibilität beanspruchen zu können“ (Fabris 2004, S. 161).

Mit Beginn der 1970er Jahre kann von einer Etablierung des Fachs als akademische Disziplin gesprochen werden. Die Existenz der *Publizistikwissenschaft* wird nun seitens der Politik und konkurrierender Fächer nicht mehr grundsätzlich infrage gestellt, wenn auch der immer wieder geforderte personelle Ausbau nur langsam vonstatten geht. Doch wird 1971 mit der Gründung der damaligen Universität für Bildungswissenschaften in Klagenfurt der Grundstein für ein drittes kommunikationswissenschaftliches Universitätsinstitut¹ gelegt.

Die in den 1970er Jahren herrschende Aufbruchstimmung (vgl. Fabris 1983, S. 4) hat zur Folge, dass 1976 mit der ÖGK, der *Österreichischen Gesellschaft für Kommunikationsfragen* eine Fachgesellschaft gegründet wird, die anders als die im selben Jahr entstandene DGPK-nahe und von etablierten Wissenschaftlern dominierte ÖGPuK², den Anspruch hat, eine Vertretung *aller* österreichischen mit Kommunikation und Medien befassten WissenschaftlerInnen zu sein. 1977 beginnt die ÖGK eine eigene Fachzeitschrift herauszugeben, das *Medien Journal*. In seiner ersten Ausgabe findet sich der ÖGK-Gründungsaufruf von 1976, in dem die Mitglieder darlegen, wie sie sich eine zukünftige Kommunikationswissenschaft vorstellen. Sie soll gesellschaftsbezogen und kritisch sein, zuwenden müsse sie sich u. a. „alternativen Formen der Öffentlichkeit“ (*Medien Journal*

¹1996 benennt sich die bis dahin unter dem Namen „Institut für Unterrichtstechnologie und Medienpädagogik“ firmierende Einrichtung um in „Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft“.

²Zur Fusion mit der ÖGK kommt es im Jahr 1999, im selben Jahr erfolgte die Umbenennung von *Österreichische Gesellschaft für Kommunikationsfragen* in *Österreichische Gesellschaft für Kommunikationswissenschaft*.

1/1977; wieder abgedruckt in 1, 2/1986). Und: Kommunikationswissenschaft in Österreich müsse sich internationalisieren. In seinen „Thesen zur Entwicklung von Kommunikationswissenschaft und -forschung in Österreich“ fordert Hans Heinz Fabris „einen deutlichen Österreich-Bezug“ herzustellen und „die einseitige Orientierung an der bundesdeutschen Publizistikwissenschaft“ aufzugeben, dabei aber, „um der Gefahr einer Provinzialisierung durch eine derartige ‚Austrifizierung‘ zu entgehen“, auf „Internationalisierung“ zu setzen (vgl. Fabris 1983, S. 5).

Bis heute besteht eine gewisse Distanz gegenüber der bundesdeutschen Kommunikationswissenschaft und ihrer Fachgesellschaft DGPK (vgl. Karmasin und Krainer 2013; Klaus und Thiele 2013), um so interessanter ist, ob es auch bei der Erforschung (trans-)nationaler Öffentlichkeit(en) einen österreichischen Weg zwischen „Austrifizierung“ und „Internationalisierung“ gibt.

2.1 Metaanalyse österreichischer Publikationen zum Thema Öffentlichkeit

Antworten auf diese Frage kann eine systematische Literaturanalyse geben. Sinn und Zweck eines solchen metaanalytischen Verfahrens (vgl. Bonfadelli und Meier 1984; Lueglinger und Renger 2013), das auf der Auswertung bereits vorhandener Studien beruht, ist zum einen die Bestandsaufnahme („Wer hat zu einem bestimmten Thema in einem bestimmten Zeitraum geforscht? Welche theoretischen Bezüge sind erkennbar, welche Methoden wurden eingesetzt, welche Ergebnisse liegen vor?“), zum anderen die Überprüfung von Hypothesen, die sich z. T. erst aus der Aufarbeitung des Forschungsstandes ergeben. Das übergeordnete Ziel metaanalytischer Verfahren ist ein möglichst hoher Synthetisierungsgrad, eine Art „wissenschaftlicher Mehrwert“, der z. B. darin bestehen kann, Forschungstrends und -schwerpunkte, -resultate und -defizite zu identifizieren.

Gerade für wissenssoziologische, fachhistorische und komparatistische Fragestellungen bietet sich ein metaanalytisches Vorgehen an, das eine thematische, zeitliche und geografische Eingrenzung vorsieht (vgl. auch Stefanie Averbek-Lietz und Maria Löblich im Eingangskapitel dieses Buches). Josef Seethaler (2006) hat einen Aufsatz publiziert, in dem er durch die Analyse der zwischen 1989 und 2004 erschienenen Beiträge zu europäischer Öffentlichkeit in vier europäischen Fachzeitschriften den Stand der kommunikationswissenschaftlichen Forschung zu diesem Thema erhoben hat. Die vorliegende Untersuchung nimmt im Vergleich dazu an manchen Stellen Einschränkungen vor, an manchen aber auch Erweiterungen des Samples. Erhoben wird *erstens*, welche Monografien

und Sammelbände zum Thema *Öffentlichkeit* publiziert worden sind. Voraussetzung für die Berücksichtigung eines Werks ist, dass es zwischen 1990 und 2013 erschienen ist, im Titel der Begriff *Öffentlichkeit* vorkommt und – falls es sich um einen Sammelband handelt – in Österreich tätige KommunikationswissenschaftlerInnen mit Beiträgen vertreten sind. Außen vor bleiben einzelne Aufsätze österreichischer KommunikationswissenschaftlerInnen zum Thema Öffentlichkeit in Sammelwerken, die *nicht* den Begriff *Öffentlichkeit* im Titel führen, und unveröffentlichte Abschlussarbeiten. *Zweitens* gelangen Beiträge aus den beiden Fachzeitschriften *Medien Journal* und *Medien & Zeit* in die Stichprobe.

Das *Medien Journal* ist die österreichische Fachzeitschrift, die so gut wie alle innerhalb der österreichischen Kommunikationswissenschaft Tätigen erreicht. Sie erscheint seit mehr als fünfunddreißig Jahren regelmäßig und fungiert als eine Art Zentralorgan, indem sie auf andere Publikationen wie ÖGK-Tagungsbände oder Abschlussarbeiten verweist und Auskunft über laufende und abgeschlossene Forschungsprojekte gibt. Laut Impressum verfolgt das *Medien Journal* den Anspruch, „die Medienarbeit in Österreich und auch in anderen Ländern zu durchleuchten und Nachrichten aus der Medienforschung und Medienpraxis zu bringen“, es will außerdem „Forum für die offene Diskussion sein“.

Medien & Zeit befasst sich schwerpunktmäßig mit historischer Kommunikationsforschung. Die Zeitschrift wird vom Verein „Arbeitskreis für historische Kommunikationsforschung“ herausgegeben und erscheint seit 1986 ebenso wie das *Medien Journal* vierteljährlich. Angesiedelt ist die Zeitschrift am Wiener Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. *Medien & Zeit* versteht sich laut Impressum als „Forum für eine kritische und interdisziplinär ausgerichtete Auseinandersetzung über Theorien, Methoden und Probleme der Kommunikationsgeschichte“.

Als *Beitrag* zählen Aufsätze und Essays, die im genannten Zeitraum veröffentlicht worden sind und ebenfalls *Öffentlichkeit* thematisieren. Ob es sich bei den AutorInnen um in Österreich tätige WissenschaftlerInnen handelt, bleibt unberücksichtigt. Entscheidend ist, dass die Beiträge in einer österreichischen Fachzeitschrift publiziert worden sind. Im Vergleich zu literaturbasierten hermeneutisch-deskriptiven Verfahren wird hier ein systematischeres Vorgehen favorisiert, um intersubjektive Nachvollziehbarkeit zu ermöglichen. Bonfadelli und Meier (1984, S. 543 f.) bezeichnen diese Form der Metaanalyse als die „Methode des propositionalen Inventars“, deren Ergebnisse häufig in Tabellen und Übersichten zusammengefasst werden. So auch hier (Tab. 1).

Tab. 1 Übersicht über österreichische Monografien, Sammelbände und Zeitschriftenbeiträge zum Thema Öffentlichkeit zwischen 1990 und 2013

2013 Drüeke: Politische Kommunikationsräume im Internet. Zum Verhältnis von Raum und Öffentlichkeit

2012 Maier et al. (Hrsg.): Medien, Öffentlichkeit und Geschlecht in Bewegung. Forschungsperspektiven der kommunikations- und medienwissenschaftlichen Geschlechterforschung

2010 Pöttker und Schwarzenegger (Hrsg.): Europäische Öffentlichkeit und journalistische Verantwortung

2009 Winter: Widerstand im Netz. Zur Herausbildung einer transnationalen Öffentlichkeit durch netzbasierte Kommunikation

2008 *Medien & Zeit*, H. 3. Kommunikationsraum Europa – Europa als kommunizierter Raum

- Neverla/Schwarzenegger: Editorial
- Trenz: Methodologischer Nationalismus oder Mediennationalismus? Über die begrenzte Notwendigkeit einer Neuorientierung der Medien- und Öffentlichkeitsforschung in Europa
- Neverla/Schoon: Europäischer Journalismus. Annäherung an eine vernachlässigte Dimension europäischer Öffentlichkeit
- Schwarzenegger: Das Leben ist anderswo. Anregungen zur Justierung des Blicks auf Heterotopien europäischer Alltagskultur
- Lingenberg: Europäische Öffentlichkeit aus Publikumssicht. Ein pragmatischer Ansatz mit Fallstudien zur europäischen Verfassungsdebatte
- Incesu/Requate: Appelle als Kommunikationsform der Türkei mit Europa
- Fickers: Europäische Fernsehgeschichte. Elf Kernkonzepte zur vergleichende theoretischen Analyse und historischen Interpretation

2008 Romahn: Renaissance der Public Sphere? Öffentlichkeit als Ziel und Mittel neuerer marktkritischer Bewegungen

2008 Wallner: Transformierte Öffentlichkeit – aufdringliche Privatheit. Eine soziologische Analyse des Kommunikationsverhaltens im sozialen Raum

2007 *Medien Journal*, H. 1. Öffentlichkeit. Begriff und Theorie

- Steininger: Editorial
- Heidinger/Steininger: Zum Begriff Öffentlichkeit
- Romahn: Public Sphere – zum Comeback eines streitbaren Klassikers
- Kiefer: Öffentlichkeit aus konstitutionenökonomischer Perspektive

2007 Steininger: Markt und Öffentlichkeit

2006 Langenbacher und Latzer (Hrsg.): Europäische Öffentlichkeit und medialer Wandel. Eine transdisziplinäre Perspektive

2006 Gottwald: Gesundheitsöffentlichkeit. Entwicklung eines Netzwerkmodells für Journalismus und Public Relations

2005 Schachtner und Winker (Hrsg.): Virtuelle Räume – neue Öffentlichkeiten. Frauennetze im Internet. Frankfurt/Main, New York. Campus

(Fortsetzung)

Tab. 1 (Fortsetzung)**2002** *Medien & Zeit*, H. 1. Gegenöffentlichkeit

- Dörfler/Nadjivan/Stifter-Trummer/Wolfsberger: Editorial
- Bauer: „Gegenöffentlichkeit“ – Baukasten zu einer Ideengeschichte. Paradigmatische Konzepte im deutschsprachigen Diskurs von den sechziger Jahren bis heute
- Behrend: Feministische Gegenöffentlichkeit im „Realsozialismus“
- Moser: Propaganda und Gegenpropaganda. Das „kalte“ Wechselspiel während der alliierten Besatzung in Österreich
- Hysek: Die Wiener tschechische Presse der Donaumonarchie. Eine bedeutende Leistung einer unvollkommenen Gesellschaft
- Duchkowsitch: Auf zum Widerstand? Zur Gegenöffentlichkeit in Österreich vor 1848
- Boyer: „Wir gehen solange, bis ihr geht“. „Widerstand“ gegen die ÖVP/FPÖ-Regierung in Österreich

2000 *Medien Journal*, H. 4. Frauenöffentlichkeiten in Österreich

- Neissl: Editorial
- Eisinger: die unworbene Frau. Frauenspezifische Wahlagitation der Sozialdemokratischen Arbeiterpartei Österreichs (SDAP) in der Ersten Republik
- Krainer: Welche Öffentlichkeit für Frauen? Motive für ein Zwei-Stufen-Verfahren zur Etablierung einer geschlechterdemokratischen Öffentlichkeit
- Geiger: Feministische Öffentlichkeiten. Differenzierungsprozesse und gesellschaftliche Resonanz
- Wagner: Platz-Anweisung. Politische Öffentlichkeit und massenmedialer Diskurs am Beispiel des Frauenvolksbegehrens 1997 in Österreich
- Fabris/Horak: Feministische Re(Aktionen)
- Pühringer/Panagl: Neue Öffentlichkeiten für Frauen?

1995 Langenbacher (Hrsg.): Öffentlichkeit und Verkehr**1992** Dorer et al. (Hrsg.): Medienverzeichnis 1992/1993. Gegenöffentlichkeit und Medieninitiativen in Österreich

2.2 Ergebnisse der Metaanalyse und Interpretation

Die tabellarische Darstellung dient dem schnellen Überblick. Einen tieferen Einblick ermöglicht ein *qualitatives Vorgehen*, das darauf abzielt, inhaltliche Schwerpunkte der Öffentlichkeitsforschung in Österreich im zeitlichen Verlauf zu identifizieren. Als solche bieten sich an: a) Gegenöffentlichkeit und Bewegungsöffentlichkeit, b) Geschlecht und Öffentlichkeit, c) Internet und Öffentlichkeit, d) Europäische Öffentlichkeit sowie e) Ökonomie und Öffentlichkeit. Auf diese fünf Forschungsschwerpunkte soll im Folgenden mit Bezug auf die ermittelten Publikationen eingegangen werden.

2.2.1 Gegenöffentlichkeit und Bewegungsöffentlichkeit

1992 legen Johanna Dorer, Matthias Marschik und Robert Glattau ein Handbuch vor, das österreichische Alternativmedien und Studien zu Gegenöffentlichkeit vorstellt. Damit, so Wolfgang R. Langenbacher im Vorwort, ist dokumentiert,

daß sich – spätestens in den 80er Jahren – auch in Österreich ein Strukturwandel der Öffentlichkeit vollzog, der keineswegs das in diesem Kontext übliche Etikett ‚Verfall‘ verdient. Wenn es denn je den so oft beschworenen Modernitätsrückstand gegenüber anderen westlichen Ländern gab, so ist er jedenfalls von einzelnen aktiven Menschen, von Bürgerinitiativen und den sozialen Bewegungen früher aufgeholt worden, als dies die österreichischen Verfallstheoretiker registriert haben (Langenbacher 1992, S. 7).

‚Modernität‘ drückt sich demnach in der Existenz von *Alternativmedien* aus. Sie und das Konzept von Gegenöffentlichkeit erfahren einen ersten Aufschwung im Zuge der 1968er Bewegung, die in Österreich allerdings „eine zahme Revolution“ (Ebner und Vocelka 1998) bleibt, bei der „die Medien“ weit weniger in der Kritik stehen als etwa in Deutschland, wo „Enteignet Springer!“ gefordert wird. Was aber die Dichte an Alternativmedien Anfang der 1990er Jahre anbelangt, konstatieren die HerausgeberInnen, dass sie „etwa drei Mal höher“ (Dorer et al. 1992, S. 9) sei als in Deutschland. Trotzdem könnten Alternativmedien nur ansatzweise einen Gegenpol zum hoch konzentrierten Markt der etablierten Medien darstellen, so auch die anderen AutorInnen, die im weiteren einzelne, alternative Medien in Österreich vorstellen. Von ihnen existieren die meisten heute nur noch dank staatlicher Presse- bzw. Publizistikförderung. Zehn Jahre später greift *Medien & Zeit* das Thema *Gegenöffentlichkeit* auf, stellt „paradigmatische Konzepte im deutschsprachigen Diskurs“ seit den 1960er Jahren vor und spannt einen Bogen, der von Gegenöffentlichkeit vor 1848 (Duchkowitsch 2002) über die Wiener tschechische Presse der Donaumonarchie (Hysek 2002) bis zu Gegenöffentlichkeiten während des Kalten Krieges (Moser 2002), den ‚Realsozialismus‘ (Behrend 2002) und schließlich gegenwärtige Formen von Gegenöffentlichkeit (Boyer 2002) reicht. Die aktuelle politische Situation, die Bildung einer Regierung durch die bürgerlich-konservative ÖVP und die rechtspopulistische FPÖ, hat die Diskussion über Widerstand und Gegenöffentlichkeit neu entfacht. Von einem Aufbruch der österreichischen Zivilgesellschaft ist die Rede, da nach der Angelobung der schwarz-blauen Regierung regelmäßig Demonstrationen, vor allem in Wien, stattfinden. Wiederum kommt die Frage auf, wie vielfältig und unabhängig Österreichs Medien sind, wie die Chancen für alternative, politisch unabhängige Medien stehen. Und wiederum findet der Vergleich mit der Situation in anderen Ländern statt. Elisabeth Boyer (2002, S. 70) berichtet, dass nach dem Vorbild der Wiener Demonstrationen

auch in New York Demonstrationen gegen die Bush-Regierung stattgefunden hätten. Allerdings nur bis zu den Anschlägen vom 11. September 2001.

Das Kopieren österreichischer Formen der Herstellung von Gegenöffentlichkeit erkennt auch Monika Bernold (2012), die sich mit der Studierendenbewegung des Jahres 2009 als Bewegungsöffentlichkeit befasst. So hätten sich die Proteste gegen die Studienbedingungen in Wien vom deutschen „Bildungsstreik“ „durch den massiven Einsatz von Web 2.0“ (Bernold 2012, S. 10) unterschieden. Im Vergleich zur Studierendenbewegung von 1968 zeigten sich Unterschiede nicht nur im Hinblick auf die neuen technischen Kommunikationsmittel, welche Vernetzung, schnellen Informationsaustausch und Unabhängigkeit von den etablierten Medien ermöglichten. Anders als 1968 hätten 2009 sowohl die Qualitäts- als auch die Boulevardmedien interessiert und überwiegend wohlwollend auf die Proteste reagiert.

Was diese drei im Abstand von jeweils einem Jahrzehnt veröffentlichten Publikationen eint, ist, dass die nationale Medienlandschaft betrachtet wird (Alternativmedien in Österreich) und es sich um nationale Ereignisse handelt (Beteiligung der FPÖ an der Regierung, Besetzung des Audimax der Universität Wien), die die Frage nach Gegenöffentlichkeit aufwerfen. Trotz der nationalen Spezifik, die deutlich herausgestellt wird, findet immer auch ein internationaler Vergleich statt. Von Interesse ist, wie in den USA oder in Deutschland auf ähnliche Ereignisse reagiert wird. Die Verwendung des Begriffs Gegenöffentlichkeit unterstreicht, dass die eine Öffentlichkeit in Frage gestellt ist und parallele, kritische Teilöffentlichkeiten bestehen. Eine solche stellt z. B. auch „Frauenöffentlichkeit“ dar.

2.2.2 Geschlecht und Öffentlichkeit

„Der Begriff der Gegenöffentlichkeit ist eng mit den Emanzipationsbewegungen der Frauen verbunden“, konstatiert Elisabeth Klaus (2005, S. 105). Denn, so Irene Neverla (1986, S. 219): „Von Anfang an war bürgerliche Öffentlichkeit draußen die Welt des Mannes, der Rest war der Platz der Frau.“ Die feministische Wissenschaft hat die Dichotomie von privat und öffentlich als eine patriarchale Konstruktion kritisiert, die dazu führt bestimmte Formen von Öffentlichkeit auszublenden oder zu marginalisieren. Schon die Rede von der einen, politischen Öffentlichkeit suggeriere, dass alles „Unpolitische“ privat und damit weniger wichtig ist. Doch: „Das Private ist politisch!“, so einer der Slogans der Zweiten Frauenbewegung der 1970er Jahre.

In der frühen Phase der Beschäftigung mit Öffentlichkeit aus geschlechtertheoretischer Perspektive stehen sog. „Frauenöffentlichkeiten“ als alternative Öffentlichkeiten im Mittelpunkt feministischer Forschung. Das *Medien Journal*, das von Anfang an kommunikationswissenschaftlicher Geschlechterforschung gegenüber

aufgeschlossen ist (vgl. Thiele 2008, S. 48 f.), bietet dieser Forschung in Heft 4/2000 ein Forum. Auch hier wird im Editorial Bezug auf die aktuelle politische Situation, die neue schwarz-blaue Regierung, genommen. Es seien Tendenzen erkennbar, „Gegenöffentlichkeiten mundtot machen zu wollen“ (Neissl 2000, S. 2). Eine wichtige Rolle spielt in den Beiträgen der Autorinnen das Frauenvolksbegehren von 1997, eine Form der direkten Demokratie, die von mehr als 640.000 UnterzeichnerInnen unterstützt worden ist. Trotz aller Mobilisierung- und Thematisierungserfolge deute nun die neue Regierung Frauenpolitik in Familien- und Mütterpolitik um, so Brigitte Geiger (2000, S. 18).

Was Ansätze der Geschlechterforschung anbelangt, sind die *Medien Journal*-Beiträge dem Differenzansatz (vgl. Klaus 2005) zuzuordnen. Für die Auseinandersetzung mit Öffentlichkeit hat das zur Folge, dass von Frauenöffentlichkeiten im Gegensatz zur einen, bürgerlichen, männlich dominierten Öffentlichkeit gesprochen wird. Eine Infragestellung und Dekonstruktion von Dichotomien wie ‚männlich‘/‚weiblich‘, ‚öffentlich‘/‚privat‘ findet hier nicht statt – vielleicht ein strategischer Essentialismus, um angesichts der veränderten innenpolitischen Situation, die als Rückschlag empfunden wird, handlungsfähig zu bleiben.

Dass speziell Onlinemedien Chancen für alternative Öffentlichkeiten und gerade auch „Frauenöffentlichkeiten“ bieten, sprechen einige Autorinnen im *Medien Journal* an (vgl. Krainer 2000, S. 12; Pühringer und Panagl 2000, S. 34). Schließlich gingen schon 1996 die Tiroler *Ceiberweiber* online und mit [die-Standard.at](http://die-standard.at) startete am Internationalen Frauentag 2000 die erste Webseite eines Zeitungsverlags mit Schwerpunkt Geschlechterpolitik. In Österreich verankerte „Frauenöffentlichkeiten“ bestehen weiterhin. Zugleich sind im Zuge der Entwicklung von der Frauen- zur Geschlechterforschung Foren entstanden, in denen jenseits dichotomer Geschlechterkonstruktionen das *doing gender* und die Performativität von Geschlecht diskutiert werden. Neben den traditionellen Foren, in denen Öffentlichkeit entsteht, bietet das Internet Kommunikationsräume.

2.2.3 Neue Medien und Öffentlichkeit

Das Konzept der medialen Identitätsräume wird in dem 2004 von Brigitte Hipfl, Elisabeth Klaus und Uta Scheer herausgegebenen gleichnamigen Band ausgearbeitet. Er markiert neben anderen Publikationen wie etwa der 2005 erschienene Band *Virtuelle Räume – neue Öffentlichkeiten. Frauennetze im Internet* (Schachtner und Winker 2005) den *spatial turn* in der deutschsprachigen Kommunikationswissenschaft. Ein solcher bzw. die Berücksichtigung von Raum ist zwar schon sehr viel früher eingefordert worden (vgl. z. B. Maier-Rabler 1991, 1992), doch forciert die Etablierung von Onlinemedien die intensivere Beschäftigung mit Kommunikationsräumen. In Salzburg und Klagenfurt entwickelt sich im ersten Jahrzehnt des 21.

Jahrhunderts ein Forschungsschwerpunkt zu neuen Medien und Öffentlichkeiten, theoretisch untermauert durch die Auseinandersetzung mit Habermas' deliberativen Modell von Öffentlichkeit, den Cultural Studies, Techniktheorien der Medien und Gender Studies. Letztere, so Elisabeth Klaus und Ricarda Drüeke, könnten die Öffentlichkeitsforschung dahin gehend verändern, dass die Dualismen von Öffentlichkeit und Privatheit sowie Emotionalität und Rationalität hinterfragt werden, dass ein erweiterter Politikbegriff Einzug in die Öffentlichkeitsforschung erhält, dass plurale und transnationale Teilöffentlichkeiten, deren Analyse intersektionaler Perspektiven bedarf, stärker in den Blick genommen werden, schließlich dass das *Wie* der Herstellung von Öffentlichkeiten und damit Inszenierungen und performative Praktiken mehr Beachtung finden (vgl. Klaus und Drüeke 2012, S. 55). Gerade das Internet mit seinen Möglichkeiten der ‚körperlosen‘ Kommunikation biete eine „Projektionsfläche für postmoderne und dekonstruktivistische Entwürfe“ (Klaus und Drüeke 2012, S. 65). Jedoch wäre es falsch anzunehmen, dass Gegenöffentlichkeiten im Internet durchwegs anti-hegemoniale, partizipatorische Kommunikationsintentionen verfolgten. Das Internet ist gerade auch der Ort, an dem sexistische, rassistische und nationalistische Auffassungen verbreitet werden, wie Laura Gruber (2012) durch ihre Analyse maskulinistischer Weblogs und Plattformen verdeutlicht. Die Verbindung von Öffentlichkeitstheorien, Gender Studies und Internetforschung erweist sich hier als fruchtbar.

Rainer Winter wendet sich in seiner Studie den durch netzbasierte Kommunikation entstehenden transnationalen Gegenöffentlichkeiten zu. Die Frauen- bzw. international vernetzten Gruppen, die sich für die Gleichberechtigung der Geschlechter einsetzen, zählen sicher auch zu den transnationalen Bewegungen. Winter (2009, S. 113 ff.) aber hat für seine Analyse des „Widerstands im Netz“ eine medienkritische, eine globalisierungskritische und eine auf Ökologie und Nachhaltigkeit setzende Bewegung ausgewählt. Im Gegensatz zu nationalen Regierungen könnten Nichtregierungsorganisationen transnational agieren und so globale Probleme auch global angehen. Die Nutzung digitaler Medien stellt dabei einen entscheidenden Faktor dar. Winter verbindet mit ihr die Hoffnung auf demokratische Veränderungen und weltweite Solidarität, erforderlich sei jedoch mehr Theoriearbeit, „um das kritische und emanzipatorische Potential des Öffentlichkeitsbegriffs unter transnationalen Bedingungen bewahren zu können“ (Winter 2009, S. 148).

Transnationalität spielt in der jüngeren österreichischen Forschung zu Internetöffentlichkeiten eine wichtige Rolle, wie die hier vorgestellten Publikationen zeigen. Das wirft die Frage auf, seit wann diese Perspektive in der Öffentlichkeitsforschung eingenommen wird, seit wann die Nation als Bezugspunkt – zumindest vorgeblich – in Frage gestellt wird. Zu vermuten ist, dass die österreichische wissenschaftliche Auseinandersetzung mit transnationalen Öffent-

lichkeiten wesentlich in Gang gesetzt wurde durch die Entscheidung, der Europäischen Union (EU) beizutreten.

2.2.4 Europäische Öffentlichkeit

1995 wird Österreich Mitglied der EU. Aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht interessiert neben den medienrechtlichen und -ökonomischen Folgen für einen „Kleinstaat“ wie Österreich die Entstehung einer europäischen Öffentlichkeit. Sie gilt als Beispiel für eine transnationale Öffentlichkeit, doch scheint sie nur ansatzweise zu existieren. Überwiegend würden europäische Angelegenheiten aus nationalstaatlicher Perspektive behandelt, stellen Florian Saurwein, Cornelia Brantner und Astrid Dietrich in ihrem Bericht zur „Europäisierung der österreichischen Öffentlichkeit“ (Saurwein et al. 2006) fest.

Die Forschungen am Wiener Institut führen 2004 zu einer Tagung der Österreichischen Gesellschaft für Kommunikationswissenschaft (ÖGK) zum Thema Europäische Öffentlichkeit und in ihrer Folge zu dem von Wolfgang R. Langenbacher und Michael Latzer 2006 herausgegebenen Band „Europäische Öffentlichkeit und medialer Wandel. Eine transdisziplinäre Perspektive“. Der Band versammelt 22 sowohl theoretische als auch empirische Beiträge von 38 AutorInnen, darunter Metaanalysen medieninhaltsanalytischer Studien (Machill et al. 2006) und theoretischer Annäherungen an europäische Öffentlichkeit (Seethaler 2006). Elisabeth Klaus (2006) geht der Frage nach, ob sich die auf den Nationalstaat bezogenen normativ-theoretischen Öffentlichkeitsmodelle überhaupt auf den europäischen Kontext übertragen lassen. Stefan Tobler (2006) argumentiert gegen die weit verbreitete und z. T. auch empirisch belegte These eines Öffentlichkeitsdefizits bzw. einer Nicht-Existenz europäischer Öffentlichkeit, und auch Michael Brüggemann et al. (2006) präsentieren Daten, die auf eine Transnationalisierung öffentlicher Diskurse deuten. Grundsätzliche Zweifel an den theoretischen Ansätzen und empirischen Daten zu europäischer Öffentlichkeit formuliert Friedhelm Neidhardt (2006) und scheidet auch nicht davor zurück, von „Artefakten“ zu sprechen, die die empirische Öffentlichkeitsforschung u. a. aufgrund theoretischer Ungereimtheiten produziert habe.

Die Debatte über die Existenz einer europäischen, transnationalen Öffentlichkeit setzt sich fort in einer Ausgabe von *Medien & Zeit* (2008) und dem Band *Europäische Öffentlichkeit und journalistische Verantwortung* (Pöttker und Schwarzenegger 2010). Letzterer enthält empirische Studien, die den Grad der Europäisierung österreichischer Medienangebote erfassen wollen, zum anderen Beiträge, die Institutionen der Selbstkontrolle in europäischen Nationalstaaten vorstellen und Möglichkeiten einer europäischen journalistischen Selbstkontrolle diskutieren. In dem *Medien & Zeit*-Heft wird das Thema Europäische Öffent-

lichkeit u. a. aus Journalismustheoretischer Perspektive (Neverla und Schoon 2008), aus Publikumssicht (Lingenberg 2008) und mit einem Plädoyer für die Berücksichtigung europäischer Alltagskultur (Schwarzenegger 2008) angegangen. Hans-Jörg Trenz (2008) prüft Argumente für und wider eine Beibehaltung der nationalen Fokussierung der Öffentlichkeits- und Medienforschung. Offensichtlich sei, wie sehr die Nation als elementare Untersuchungseinheit die etablierten Forschungsroutinen bestimme und ein „methodologischer Nationalismus“ vorherrsche, doch beruhe dieser auch auf dem ungebrochenem Nationalismus der politischen Nachrichtenmedien, der seinerseits medienökonomisch mit der Nachfrage der nationalen Publika begründet wird. Auch das Internet trage wenig bei zu einer Transnationalisierung von Öffentlichkeit, da die durchschnittlichen Internetuser politische Informationen vor allem dem Onlineangebot lokaler oder nationaler Zeitungen und Sender entziehen (vgl. Trenz 2008, S. 11).

Während Trenz unter europäischer Öffentlichkeit eine im engeren Sinne politische Öffentlichkeit versteht, entsteht durch die Beiträge der anderen AutorInnen eine erweiterte Perspektive, wonach Europäisierung auf allen Ebenen gesellschaftlichen Lebens stattfindet und gerade auch die Nutzung populärkultureller Angebote den Prozess einer Herausbildung europäischer Öffentlichkeit und Identität befördern kann.

2.2.5 Ökonomie und Öffentlichkeit

Zu kurz kommt nach Ansicht einiger KommunikationswissenschaftlerInnen die ökonomische Bedingtheit der Entstehung von Öffentlichkeit. In der Kommerzialisierung des Mediensystems, der extrem hohen Pressekonzentration in Österreich sowie der Tendenz zur „Selbstentfremdung“ (Steininger 2010) des öffentlich-rechtlichen Rundfunks ORF sehen sie eine Gefahr für die Demokratie, die wiederum auf eine funktionierende Öffentlichkeit angewiesen ist. Christian Steininger stellt in seiner Habilitationsschrift zu *Markt und Öffentlichkeit* (2007) eine Verbindung zwischen ökonomischer Güterlehre und kommunikationswissenschaftlicher Öffentlichkeitsforschung her. Dieser medienökonomische Zugang wird auch im Band *Europäische Öffentlichkeit und medialer Wandel* gewählt (vgl. Steininger 2006; Meier und Trappel 2006) und bestimmt Heft 1/2007 des *Medien Journals* zu Öffentlichkeit. Neben einem begriffstheoretischen Beitrag von Steininger und Martin Heidinger (2007) findet sich darin der Aufsatz von Boris Romahn (2007), der am Beispiel marktkritischer Bewegungen die Anwendbarkeit deliberativer Öffentlichkeits-theorien auf zivilgesellschaftliche Bewegungen und ihre Öffentlichkeiten diskutiert sowie der Beitrag von Marie-Luise Kiefer (2007), die verschiedene Öffentlichkeitsmodelle aus konstitutionenökonomischer Perspektive betrachtet.

Öffentlichkeitstheoretische Überlegungen spielen in der österreichischen Public Value-Debatte (vgl. Karmasin et al. 2011; Wenzel 2012; Gonser 2013; *Medien Journal* 2/2012) bislang keine große Rolle. Im Mittelpunkt steht die Empirie, mittels derer bewiesen werden soll, dass die öffentlich-rechtlichen Online- und Rundfunk-Angebote einen gesellschaftlichen Mehrwert bieten, der wiederum eine Gebührenfinanzierung legitimiert. Auch ein Public Value privat-kommerzieller Rundfunkmedien steht zur Diskussion (vgl. RTR 2010). In beiden Fällen und erst recht bei der Publizistikförderung wird die Fiktion eines nationalen Medienmarktes und einer nationalen Öffentlichkeit aufrechterhalten, auch wenn international agierende Medienunternehmen und transnationale Medienmärkte schon lange ökonomische Realität sind.

3 Fazit

Gemessen wurde der nationale wissenschaftliche Output zu einem Thema, bei dem die Nation eigentlich nicht (mehr) die elementare Untersuchungseinheit darstellen sollte. Doch auch wenn Andreas Hepp (2010) fordert, das Container-Denken zu überwinden („Leaving Container Thinking“) und transnationale Öffentlichkeiten in den Blick zu nehmen, dominiert in der österreichischen, kommunikationswissenschaftlichen Öffentlichkeitsforschung ein national verengter Blick. Zwar wird die Existenz transnationaler Öffentlichkeiten nicht verneint, doch auf Sprachbarrieren und nationale bzw. „kulturelle“ Unterschiede verwiesen, die es ratsam erscheinen lassen, dann doch wieder die Nation als Ausgangspunkt transnationaler Forschung zu nehmen. So schwankt die österreichische Öffentlichkeitsforschung zwischen Austrifizierung und Internationalisierung. Letztere beschränkt sich allerdings häufig auf österreichisch-deutsche und zuweilen schweizer Kooperationen, also den „deutschsprachigen Raum“. Allerdings fällt auf, dass der Anteil englischsprachiger Quellen kontinuierlich steigt.

Auch in diesem Beitrag stellt die Nation einen zentralen Bezugspunkt dar. Das erweist sich in mancher Hinsicht als Problem, denn wie ermitteln, wer ein österreichischer Kommunikationswissenschaftler oder eine österreichische Kommunikationswissenschaftlerin ist? Nicht viel weniger problematisch sind die Kategorien KommunikationswissenschaftlerIn in Österreich oder „österreichische“ Kommunikationswissenschaft. Die (De-)konstruktion von Nation, Geschlecht, gar Kommunikationswissenschaft erschwert ab einem gewissen Punkt die Beschäftigung mit „transnationalen Öffentlichkeiten“ und ihrer wissenschaftlichen Erforschung. So lobenswert der Versuch der Emanzipation „von den unreflektierten und theoretisch blinden Routinen des national-fokussierten

Forschungsblicks“ (Trenz 2008, S. 10) und so hilfreich Ansätze sein mögen, bei denen die Frage, ob es eine europäische Öffentlichkeit und/oder Öffentlichkeitsdefizite gibt, ausgeblendet bleibt (vgl. Brüggemann et al. 2009, S. 393) – Transnationalität, sprachwissenschaftlich betrachtet ein Oxymoron, stellt ebenso wie Öffentlichkeit mit ihren zahlreichen Attribuierungen eine Herausforderung für die Kommunikationswissenschaft dar. Hinzu kommt, dass sich schon „nationale“ Publika und ihre Öffentlichkeiten als fragmentiert darstellen und das Aufkommen von Onlinemedien den Eindruck vermittelt hat, dass nun alles anders sei. Doch sind nicht erst durch das Internet plurale Öffentlichkeiten entstanden. Schon weit vor der Etablierung von Onlinemedien hat die Diskussion und Weiterentwicklung des Habermasschen deliberativen Modells von Öffentlichkeit zu einer stärkeren Berücksichtigung von (Teil-)Öffentlichkeiten und verschiedenen Ebenen von Öffentlichkeit geführt. So hat Elisabeth Klaus Mitte der 1990er Jahre ein 3-Ebenen-Modell von Öffentlichkeit vorgestellt (Klaus 1992, 1995), das sich u. a. an das Arenamodell von Gerhards und Neidhardt anlehnt, aber statt einer systemtheoretischen eine handlungstheoretische Fundierung wählt und auf andere Fragestellungen, etwa der von Cultural Citizenship (Klaus und Lünenborg 2004, 2012) oder von transnationalen Öffentlichkeiten (Klaus 2006) angewendet wurde.

Insgesamt stellt sich „die österreichische Öffentlichkeitsforschung“ als recht lebendig und vielseitig dar. An den drei kommunikationswissenschaftlichen Instituten haben sich unterschiedliche Schwerpunkte herausgebildet. Am Wiener Institut hat die Forschung zu Europäischer Öffentlichkeit ihren Anfang genommen, in Salzburg und Klagenfurt wird der Entstehung und dem Wandel von Öffentlichkeiten durch ICT besondere Aufmerksamkeit zuteil. Gegen- und Bewegungsöffentlichkeiten, zu denen auch sog. Frauenöffentlichkeiten gezählt werden, scheinen auf ein starkes Interesse der Forschenden zu stoßen, zumal wenn es sich um ‚genuin‘ österreichische Bewegungen handelt. Die Größe des Landes sowie die Existenz einer Fachgesellschaft erlaubten eine noch bessere Vernetzung der KommunikationswissenschaftlerInnen untereinander und einen regeren Austausch. Gefordert wird aber auch allenthalben eine Internationalisierung der Wissenschaft. So versuchen KommunikationswissenschaftlerInnen einen Spagat zwischen der Erforschung nationaler und transnationaler Öffentlichkeiten, zwischen nationalen und internationalen Kooperationen. Manchmal wird es eine Rolle rückwärts, manchmal ein Kopfsprung. Hier konnten lediglich Forschungstrends sichtbar gemacht und daraus mit aller gebotenen Vorsicht Rückschlüsse auf transnationale Perspektiven in der österreichischen kommunikationswissenschaftlichen Öffentlichkeitsforschung gezogen werden.

Literatur

- Anderson, B. R. (2005). *Imagined communities. Die Erfindung der Nation. Zur Karriere eines folgenreichen Konzepts*. Frankfurt a. M.: Campus.
- Averbeck, S., & Kutsch, A. (2002). Thesen zur Geschichte der Zeitungs- und Publizistikwissenschaft 1900–1960. *Medien & Zeit*, 17(2/3), 57–66.
- Bauer, E. (2002). „Gegenöffentlichkeit“ – Baukasten zu einer Ideengeschichte. Paradigmatische Konzepte im deutschsprachigen Diskurs von den sechziger Jahren bis heute. *Medien & Zeit*, 17(1), 4–15.
- Behrend, H. (2002). Feministische Gegenöffentlichkeit im „Realsozialismus“. *Medien & Zeit*, 17(1), 16–26.
- Bernold, M. (2012). Bewegungsöffentlichkeiten, mediale Selbst-Aktivierung und Geschlecht. Die Studierendenproteste in Wien 2009. In T. Maier, M. Thiele, & C. Linke (Hrsg.), *Medien, Öffentlichkeit und Geschlecht in Bewegung. Forschungsperspektiven der kommunikations- und medienwissenschaftlichen Geschlechterforschung* (S. 143–162). Bielefeld: transcript.
- Bonfadelli, H., & Meier, W. (1984). Meta-Forschung in der Publizistikwissenschaft. Zur Problematik der Synthese von empirischer Forschung. *Rundfunk und Fernsehen*, 32(4), 537–550.
- Boyer, E. (2002). „Wir gehen solange, bis ihr geht“. „Widerstand“ gegen die ÖVP/FPÖ-Regierung in Österreich. *Medien & Zeit*, 17(1), 67–72.
- Brüggemann, M., Sifft, S., Kleinen-von Königslöw, K., Peters, B., & Wimmel, A. (2006). Segmentierte Europäisierung. Trends und Muster der Transnationalisierung von Öffentlichkeiten in Europa. In W. R. Langenbucher & M. Latzer (Hrsg.), *Europäische Öffentlichkeit und medialer Wandel. Eine transdisziplinäre Perspektive* (S. 214–231). Wiesbaden: VS Verlag.
- Brüggemann, M., Hepp, A., Kleinen-von Königslöw, K., & Wessler, H. (2009). Transnationale Öffentlichkeit in Europa. Forschungsstand und Perspektiven. *Publizistik*, 54(4), 391–414.
- Dorer, J., Marschik, M., & Glattau, R. (1992). Vorbemerkung der Herausgeber. *Medienverzeichnis 1992/93. Gegenöffentlichkeit und Medieninitiativen in Österreich* (S. 9–10). Wien: Turia & Kant.
- Dörfler, E., Nadjivan, S., Stifter-Trummer, R., & Wolfsberger, M. (2002). Editorial. *Medien & Zeit*, 17(1), 3.
- Drüeke, R. (2013). *Politische Kommunikationsräume im Internet. Zum Verhältnis von Raum und Öffentlichkeit*. Bielefeld: transcript.
- Duchkowitsch, W. (2002). Auf zum Widerstand? Zur Gegenöffentlichkeit in Österreich vor 1848. *Medien & Zeit*, 17(1), 53–66.
- Duchkowitsch, W. (2004). Von Karl Oswin Kurth zur Kurt Paupió. Eine Geschichte ideologischer Konformität? In W. Duchkowitsch, F. Hausjell, & B. Semrad (Hrsg.), *Die Spirale des Schweigens. Zum Umgang mit der nationalsozialistischen Zeitungswissenschaft* (S. 235–247). Münster: LIT.
- Ebner, P., & Vocolka, K. (1998). *1968. Die zahme Revolution und was davon blieb. Wendepunkte und Kontinuitäten*. Wien: Ueberreuter.

- Eisinger, J. (2000). Die umworbene Frau. Frauenspezifische Wahlagitation der Sozialdemokratischen Arbeiterpartei Österreichs (SDAP) in der Ersten Republik. *Medien Journal*, 24(4), 3–7.
- Fabris, H. H. (1983). Der verhinderte Aufbruch. Thesen zur Entwicklung von Kommunikationswissenschaft und -forschung in Österreich. *Medien Journal*, 7(2), 3–5.
- Fabris, H. H. (2004). Keine Vergangenheit? In W. Duchkowitsch, F. Hausjell, & B. Semrad (Hrsg.), *Die Spirale des Schweigens. Zum Umgang mit der nationalsozialistischen Zeitungswissenschaft* (S. 161–165). Münster: LIT.
- Fabris, V., & Horak, G. (2000). Feministische Re(Aktionen). *Medien Journal*, 24(4), 26–30.
- Fickers, A. (2008). Europäische Fernsehgeschichte. Elf Kernkonzepte zur vergleichenden theoretischen Analyse und historischen Interpretation. *Medien & Zeit*, 23(3), 69–80.
- Geiger, B. (2000). Feministische Öffentlichkeiten. *Differenzierungsprozesse und gesellschaftliche Resonanz. Medien Journal*, 24(4), 14–19.
- Gonser, N. (Hrsg.). (2013). *Die multimediale Zukunft des Qualitätsjournalismus. Public Value und die Aufgaben von Medien*. Wiesbaden: Springer VS.
- Gottwald, F. (2006). *Gesundheitsöffentlichkeit. Entwicklung eines Netzwerkmodells für Journalismus und Public Relations*. Konstanz: UVK.
- Gruber, L. (2012). Maskulinität im Internet. In T. Maier, M. Thiele, & C. Linke (Hrsg.), *Medien, Öffentlichkeit und Geschlecht in Bewegung. Forschungsperspektiven der kommunikations- und medienwissenschaftlichen Geschlechterforschung* (S. 163–175). Bielefeld: transcript.
- Hachmeister, L. (1987). *Theoretische Publizistik. Studien zur Geschichte der Kommunikationswissenschaft in Deutschland*. Berlin: Spiess.
- Heidinger, M., & Steinger, C. (2007). Zum Begriff Öffentlichkeit. *Medien Journal*, 31(1), 4–25.
- Hepp, A. (2010). Comparing transnationally and transculturally. Leaving container thinking. *Medien & Zeit*, 25(4), 4–9.
- Hipfl, B., Klaus, E., & Scheer, U. (Hrsg.). (2004). *Identitätsräume. Nation, Körper und Geschlecht in den Medien. Eine Topografie*. Bielefeld: transcript.
- Hysek, D. (2002). Die Wiener tschechische Presse der Donaumonarchie. Eine bedeutende Leistung einer unvollkommenen Gesellschaft. *Medien & Zeit*, 17(1), 43–52.
- Incesu, G., & Requate, J. (2008). Appelle als Kommunikationsform der Türkei mit Europa. *Medien & Zeit*, 23(3), 58–68.
- Kaesler, D. (1984). *Die frühe deutsche Soziologie und ihre Entstehungsmilieus. Eine wissenschaftssoziologische Untersuchung*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Karmasin, M., & Krainer, L. (2013). Zwischen Differenzierung und Kanonisierung. Konturen einer Fachgeschichte von Publizistik-, Medien- und Kommunikationswissenschaft in Österreich. *Medien Journal*, 37(1), 3–28.
- Karmasin, M., Süßenbacher, D., & Gonser, N. (Hrsg.). (2011). *Public Value. Theorie und Praxis im internationalen Vergleich*. Wiesbaden: VS Verlag.
- Kiefer, M.-L. (2007). *Öffentlichkeit aus konstitutionenökonomischer Perspektive. Medien Journal*, 31(1), 42–58.
- Klaus, E. (1992). Die heimliche Öffentlichkeit. In Gruppe feministische Öffentlichkeit (Hrsg.), *Femina Publica. Frauen – Öffentlichkeit – Feminismus* (S. 97–104). Köln: PapyRossa.

- Klaus, E. (1995). Von der heimlichen Öffentlichkeit der Frauen. In Institut für Sozialforschung Frankfurt (Hrsg.), *Geschlechterverhältnisse und Politik* (S. 72–97). Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Klaus, E. (2005). *Kommunikationswissenschaftliche Geschlechterforschung. Zur Bedeutung der Frauen in den Massenmedien und im Journalismus*. (2. korr. u. akt. Aufl.). Wien: LIT.
- Klaus, E. (2006). Von der Beschränktheit unserer Öffentlichkeitstheorien im europäischen Kontext. In W. R. Langenbucher & M. Latzer (Hrsg.), *Europäische Öffentlichkeit und medialer Wandel. Eine transdisziplinäre Perspektive* (S. 93–106). Wiesbaden: VS Verlag.
- Klaus, E., & Drüeke, R. (2012). Öffentlichkeiten in Bewegung? Das Internet als Herausforderung für feministische Öffentlichkeitstheorien. In T. Maier, M. Thiele, & C. Linke (Hrsg.), *Medien, Öffentlichkeit und Geschlecht in Bewegung. Forschungsperspektiven der kommunikations- und medienwissenschaftlichen Geschlechterforschung* (S. 51–70). Bielefeld: transcript.
- Klaus, E., & Lünenborg, M. (2004). Cultural Citizenship: Ein kommunikationswissenschaftliches Konzept zur Bestimmung kultureller Teilhabe in der Mediengesellschaft. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 52(2), 193–213.
- Klaus, E., & Lünenborg, M. (2012). Cultural citizenship. Participation by and through Media. In E. Zobl & R. Drüeke (Hrsg.), *Feminist media. Participatory spaces, networks and cultural citizenship* (S. 197–212). Bielefeld: transcript.
- Klaus, E., & Thiele, M. (2013). Herausforderungen der Fachgeschichtsschreibung. Anmerkungen zum Beitrag von Matthias Karmasin und Larissa Krainer. Zwischen Differenzierung und Kanonisierung. Konturen einer Fachgeschichte von Publizistik-, Medien- und Kommunikationswissenschaft in Österreich. *Medien Journal*, 37(1), 29–34.
- Klaus, E., Schachtner, C., & Schönbach, K. (2010). *Kommunikations- und Medienwissenschaft in Österreich. Perspektiven einer integrativen Wissenschaftsdisziplin*. Unveröff. Positionspapier der drei österreichischen Institute bzw. Fachbereiche für Publizistik-, Kommunikations- und Medienwissenschaft an den Universitäten Wien, Salzburg und Klagenfurt.
- Knorr-Cetina, K. (1999). *Epistemic cultures. How the sciences make knowledge*. Cambridge: Harvard University Press.
- Knorr-Cetina, K. (2002). *Wissenskulturen. Ein Vergleich naturwissenschaftlicher Wissensformen*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Krainer, L. (2000). Welche Öffentlichkeit für Frauen? Motive für ein Zwei-Stufen-Verfahren zur Etablierung einer geschlechterdemokratischen Öffentlichkeit. *Medien Journal*, 24(4), 8–13.
- Kutsch, A. (Hrsg.). (1984). *Zeitungswissenschaftler im Dritten Reich. Sieben biographische Studien*. Köln: Hayit.
- Langenbucher, W. R. (1992). Vorwort. In J. Dorer, M. Marschik, & R. Glattau (Hrsg.), *Medienverzeichnis 1992/1993. Gegenöffentlichkeit und Medieninitiativen in Österreich* (S. 7–8). Wien: Turia & Kant.
- Langenbucher, W. R., & Latzer, M. (Hrsg.). (2006). *Europäische Öffentlichkeit und medialer Wandel. Eine transdisziplinäre Perspektive*. Wiesbaden: VS Verlag.

- Lingenberg, S. (2008). Europäische Öffentlichkeit aus Publikumssicht. Ein pragmatischer Ansatz mit Fallstudien zur europäischen Verfassungsdebatte. *Medien & Zeit*, 23(3), 43–57.
- Ludwig, E. (1951). *Die Öffentlichkeit als Werkzeug der Politik. Eine kurze historische Zusammenstellung*. Wien: Manz.
- Lueglinger, E., & Renger, R. (2013). Das weite Feld der Metaanalyse. Sekundär-, literatur- und metaanalytische Verfahren im Vergleich. *Journal.kommunikation-medien*. Online-journal des Fachbereichs Kommunikationswissenschaft, 2. Ausg., April 2013. <http://journal.kommunikation-medien.at/2013/05/das-weite-feld-der-metaanalyse-sekundaerliteratur-und-metaanalytische-verfahren-im-vergleich/>. Zugegriffen: 3. Juli 2013.
- Machill, M., Beiler, M., & Fischer, C. (2006). Europa-Themen in Europas Medien – die Debatte um die europäische Öffentlichkeit. Eine Metaanalyse medieninhaltsanalytischer Studien. In W. R. Langenbacher & M. Latzer (Hrsg.), *Europäische Öffentlichkeit und medialer Wandel. Eine transdisziplinäre Perspektive* (S. 132–155). Wiesbaden: VS Verlag.
- Maier, T., Thiele, M., & Linke, C. (Hrsg.). (2012). *Medien, Öffentlichkeit und Geschlecht in Bewegung. Forschungsperspektiven der kommunikations- und medienwissenschaftlichen Geschlechterforschung*. Bielefeld: transcript.
- Maier-Rabler, U. (1991). Raum und Kommunikation. *Impulse für die Forschung. Publizistik*, 36(1), 22–35.
- Maier-Rabler, U. (1992). In sense of space. Überlegungen zur Operationalisierung des Raumbegriffs für die Kommunikationswissenschaft. In W. Hömberg & M. Schmolke (Hrsg.), *Zeit, Raum, Kommunikation* (S. 357–370). München: Ölschläger.
- Meier, W. A., & Trappel, J. (2006). Die transnationale Vermachtung durch Medienkonzerne als Voraussetzung für europäische Öffentlichkeit? In W. R. Langenbacher & M. Latzer (Hrsg.), *Europäische Öffentlichkeit und medialer Wandel. Eine transdisziplinäre Perspektive* (S. 262–275). Wiesbaden: VS Verlag.
- Moser, K. (2002). Propaganda und Gegenpropaganda. Das „kalte“ Wechselspiel während der alliierten Besetzung in Österreich. *Medien & Zeit*, 17(1), 27–42.
- Neidhardt, F. (2006). Europäische Öffentlichkeit als Prozess. Anmerkungen zum Forschungsstand. In W. R. Langenbacher & M. Latzer (Hrsg.), *Europäische Öffentlichkeit und medialer Wandel. Eine transdisziplinäre Perspektive* (S. 46–61). Wiesbaden: VS Verlag.
- Neissl, J. (2000). Editorial. *Medien Journal*, 24(4), 2, o. S.
- Neverla, I. (1986). Öffentlichkeit und Massenmedien. Von Menschen und Frauen. In N. Bagdadi (Hrsg.), *Ewig lockt das Weib? Bestandsaufnahmen und Perspektiven feministischer Theorie und Praxis* (S. 213–223). Weingarten: Drumlin-Verlag.
- Neverla, I., & Schoon, W. (2008). Europäischer Journalismus. Annäherung an eine vernachlässigte Dimension europäischer Öffentlichkeit. *Medien & Zeit*, 23(3), 18–30.
- Neverla, I., & Schwarzenegger, C. (2008). Editorial. *Medien & Zeit*, 23(3), 2–3.
- Pöttker, H., & Schwarzenegger, C. (Hrsg.). (2010). *Europäische Öffentlichkeit und journalistische Verantwortung*. Köln: Halem.
- Pühringer, K., & Panagl, S. (2000). Neue Öffentlichkeiten für Frauen? *Medien Journal*, 24(4), 31–34.
- Romahn, B. (2007). Public Sphere – zum Comeback eines streitbaren Klassikers. *Medien Journal*, 31(1), 26–41.

- Romahn, B. (2008). *Renaissance der Public Sphere? Öffentlichkeit als Ziel und Mittel neuerer marktkritischer Bewegungen*. Saarbrücken: VDM.
- RTR. (Hrsg.). (2010). *Public Value und privater Rundfunk in Österreich*. Wien: o. V. (= Schriftenreihe der Rundfunk und Telekom Regulierungs GmbH). <https://www.rtr.at/de/komp/Publikationen/Band1-2010.pdf>. Zugegriffen: 2. Aug. 2013.
- Saurwein, F., Brantner, C., & Dietrich, A. (2006). *Europäisierung der österreichischen Öffentlichkeit. Mediale Aufmerksamkeit für EU-Politik und der veröffentlichte Diskurs über die EU-Erweiterung*. Forschungsbericht. http://www.mediachange.ch/media/pdf/publications/2006_Europaeisierung-FINAL-Rep_.pdf. Zugegriffen am 12. Sept. 2016
- Schachtner, C., & Winker, G. (2005). *Virtuelle Räume – neue Öffentlichkeiten. Frauennetze im Internet*. Frankfurt a. M.: Campus.
- Schwarzenegger, C. (2008). Das Leben ist anderswo. Anregungen zur Justierung des Blicks auf Heterotopien europäischer Alltagskultur. *Medien & Zeit*, 23(3), 31–42.
- Seethaler, J. (2006). Entwicklung und Stand der kommunikationswissenschaftlichen Forschung zur europäischen Öffentlichkeit. Eine Analyse der Beiträge in vier europäischen Fachzeitschriften 1989–2004. In W. R. Langenbacher & M. Latzer (Hrsg.), *Europäische Öffentlichkeit und medialer Wandel. Eine transdisziplinäre Perspektive* (S. 244–260). Wiesbaden: VS Verlag.
- Steininger, C. (2006). Mediale Güter und Öffentlichkeiten in Europa. In W. R. Langenbacher & M. Latzer (Hrsg.), *Europäische Öffentlichkeit und medialer Wandel. Eine transdisziplinäre Perspektive* (S. 276–285). Wiesbaden: VS Verlag.
- Steininger, C. (2007a). Editorial. *Medien Journal*, 31(1), 2–3.
- Steininger, C. (2007b). *Markt und Öffentlichkeit*. München: Fink.
- Steininger, C. (2010). Identität und mediale Selbstöffentlichung. Vorüberlegungen zu den kollektiven Grundlagen des europäischen Sozialraums. In E. Klaus, C. Sedmak, R. Drüeke, & G. Schweiger (Hrsg.), *Identität und Inklusion im europäischen Sozialraum* (S. 27–45). Wiesbaden: VS Verlag.
- Thiele, M. (2008). Von der Zeitungswissenschaft zu einer kritischen (?) Kommunikationswissenschaft – Der Beitrag des *Medien Journals*. *Medien Journal*, 32(4), 42–51.
- Tobler, S. (2006). Konfliktinduzierte Transnationalisierung nationaler und supranationaler Öffentlichkeitsarenen. Indikatoren einer europäischen Öffentlichkeit. In W. R. Langenbacher & M. Latzer (Hrsg.), *Europäische Öffentlichkeit und medialer Wandel. Eine transdisziplinäre Perspektive* (S. 107–130). Wiesbaden: VS Verlag.
- Trenz, H.-J. (2008). Methodologischer Nationalismus oder Mediennationalismus? Über die begrenzte Notwendigkeit einer Neuorientierung der Medien- und Öffentlichkeitsforschung in Europa. *Medien & Zeit*, 23(3), 4–17.
- Venus, T. (1987). Zur Historischen Tradition der österreichischen Zeitungswissenschaft. Ein Beitrag zur Institutionalisierung aus Anlaß der Wiedereröffnung des Wiener Instituts für Zeitungswissenschaft 1946. In Österreichische Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft (Hrsg.), *Österreichisches Jahrbuch für Kommunikationswissenschaft 1986/1987* (S. 115–130). Wien: Braumüller.
- Wagner, U. (2000). Platz-Anweisung. Politische Öffentlichkeit und massenmedialer Diskurs am Beispiel des Frauenvolksbegehrens 1997 in Österreich. *Medien Journal*, 24(4), 20–25.
- Wallner, C. (2008). *Transformierte Öffentlichkeit – aufdringliche Privatheit. Eine soziologische Analyse des Kommunikationsverhaltens im sozialen Raum*. Saarbrücken: VDM.

Wenzel, C. (2012). *Selbstorganisation und Public Value. Externe Regulierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks*. Wiesbaden: Springer VS.

Winter, R. (2009). *Widerstand im Netz. Zur Herausbildung einer transnationalen Öffentlichkeit durch netzbasierte Kommunikation*. Bielefeld: transcript.

Über den Autor

Dr. habil. Martina Thiele ist Assoziierte Professorin am Fachbereich Kommunikationswissenschaft der Paris Lodron Universität Salzburg, Abteilung Kommunikationstheorien und Öffentlichkeiten. Schwerpunkte in Forschung und Lehre sind Kommunikationstheorien und -geschichte, Mediensysteme im internationalen Vergleich, Stereotypen- und Vorurteilsforschung.