

POLITISCHE VERANSTALTUNGEN IN DER BUNDESREPUBLIK

Nachfrager und wahrgenommenes Angebot einer „kleinen“ Form
von Öffentlichkeit

Von Jürgen Gerhards

Die Bürger der Bundesrepublik informieren sich über Politik und das Geschehen in der Gesellschaft in erster Linie über Presse, Rundfunk und Fernsehen (vgl. Kiefer 1987, S. 107ff.). Auch die politischen Entscheidungsträger erfahren von den Wünschen und Bedürfnissen der Bürger und der Interessengruppen in einem nicht unwesentlichen Ausmaß über die Massenmedien (vgl. Puhe und Würzburg 1989, S. 41ff.; Herzog et al. 1990, S. 76). Insofern stellen die Medien in modernen Gesellschaften sicherlich die wichtigste Ebene von Öffentlichkeit dar; über sie vermittelt beobachten die Bürger und die politischen Entscheidungsträger sich wechselseitig und die Gesellschaft insgesamt und orientieren ihre Handlungen an diesen Beobachtungen.

Neben den Massenmedien gibt es andere Formen öffentlicher Kommunikation. In Aufnahme systemtheoretischer Begrifflichkeit (vgl. Luhmann 1975; Stichweh 1988) haben wir an anderer Stelle ein integriertes Modell von Öffentlichkeit vorgeschlagen und Öffentlichkeit als ein in mehrere Ebenen differenziertes System beschrieben. Die Ebenen reichen von einfachen Interaktionssystemen (Kommunikation im Eisenbahn-Abteil, in der Einkaufschlange), über politische Veranstaltungen bis hin zu den als formale Organisationen institutionalisierten Massenmedien (vgl. Gerhards und Neidhardt 1990).

Glaubt man den historischen Arbeiten, die sich mit der Entstehung einer autonomen Öffentlichkeit beschäftigen (vgl. Habermas 1962), dann waren die „unteren“ Ebenen von Öffentlichkeit und gerade öffentliche Veranstaltungen geradezu konstitutiv für die Entstehung eines eigenständigen und autonomen Öffentlichkeitssystems. Die politische Forderung nach Versammlungsfreiheit begleitete und förderte diesen Prozeß. Welche Bedeutung politischen Veranstaltungen allerdings heute unter Bedingungen der Dominanz eines autonomen Mediensystems noch zukommen, wer sie besucht und wer sie anbietet und über welche Themen dort diskutiert wird, ist eine empirisch offene Frage.

Durch Auswertung einer repräsentativen Bevölkerungsbefragung, in der wir die Nachfrage nach und die Teilnahme an politischen Veranstaltungen rekonstruiert hatten,¹ versuchen wir im folgenden, für die Ebene öffentlicher politischer Veranstaltungen

1 Bei der Umfrage handelt es sich um eine Einschaltung von 11 Fragen zum Thema öffentliche Veranstaltungen in den von ZUMA (Mannheim) dreimal im Jahr durchgeführten „Sozialwissenschaften-Bus“. Bei der Stichprobe handelte es sich um eine repräsentative Bevölkerungsstichprobe der Bürger der alten Bundesrepublik (N = 2028). Befragungszeitraum war November und Dezember 1989.

empirische Informationen über die Struktur dieser Öffentlichkeitsebene zu gewinnen. Das Material erlaubt in erster Linie die Darstellung deskriptiver Befunde.² Wir fragen zuerst nach den *Nachfragern öffentlicher Veranstaltungen*. Welche gesellschaftlichen Subgruppen sind in dem an sich offenen System Öffentlichkeit über- bzw. unterrepräsentiert? Wir fragen dann nach dem nachgefragten *Angebot an politischen Veranstaltungen*.³ Welche Veranstaltungen welcher kollektiven Akteure werden überhaupt besucht, wer sind die Marktführer im Bereich öffentlicher Veranstaltungen.

I. Nachfragestruktur öffentlicher politischer Veranstaltungen

Veranstaltungen sind – verglichen zum Beispiel mit politischen Informationssendungen des Fernsehens – in erster Linie kleine Öffentlichkeiten. 15,2 Prozent der Befragten hatten in den letzten beiden Jahren überhaupt nur an einer politischen Veranstaltung teilgenommen. In 62,7 Prozent der Fälle ist die Anzahl der Besucher geringer als 101 Teilnehmer gewesen.⁴ Die Menge des durch eine Öffentlichkeitsebene erreichbaren Publikums hat Folgen für die Einflußstärke der Ebene von Öffentlichkeit auf die über die Veranstaltung hinausgehende öffentliche Meinung. Die Chancen der Generierung von öffentlicher Meinung durch den Öffentlichkeitsstypus Veranstaltungen auf nationaler Ebene stoßen rein quantitativ an ihre Grenzen. Die Menge des über Veranstaltungen zu erreichenden Publikums ist zu gering, als daß darüber eine breite öffentliche Meinung auf nationaler Ebene hergestellt werden könnte. Dies kann nur gelingen, wenn die Themen und Diskussionen von Veranstaltungen durch die Massenmedien aufgegriffen und an ein breiteres Publikum diffundiert werden.

Welche Bürger besuchen politische Veranstaltungen und entsprechen den Nachfragern nach politischen Veranstaltern sozial bestimmbarer Gruppen, so daß in politischen Veranstaltungen bestimmte gesellschaftliche Gruppen über-, andere unterrepräsentiert sind? Die Frage der Repräsentanz von gesellschaftlichen Gruppen ist auch für die Beschaffenheit des Outputs von öffentlichen Veranstaltungen eine entscheidende Frage.⁵ Sind bestimmte gesellschaftliche Gruppen in der Öffentlichkeit überre-

2 Die Analysen ergänzen eine zweite Untersuchung, die in der Abteilung „Öffentlichkeit und soziale Bewegungen“ des Wissenschaftszentrums Berlin für Sozialforschung (WZB) von Barbara Blattert (1992) durchgeführt wurde; im Unterschied zu der hier präsentierten Untersuchung bezieht sich diese nicht auf eine Analyse der Nachfrager und des nachgefragten Angebots, sondern auf das Angebot öffentlich annoncierter politischer Veranstaltungen, zudem nicht auf die Bundesrepublik, sondern auf West-Berlin.

3 Es liegen also keine reinen Angebotsdaten vor, sondern perzipierte Angebotsdaten. Friedhelm Neidhardt hat deswegen vorgeschlagen, besser vom Umsatz an Veranstaltungen und nicht vom perzipierten Angebot zu sprechen.

4 Die Anzahl der Teilnehmer variiert aber je nach Veranstalter. Die Großveranstaltungen werden vor allem von den großen Parteien (CDU, SPD) und den großen Verbänden durchgeführt.

5 Öffentliche Meinung als das Resultat des Kommunikationszusammenhangs Öffentlichkeit wird sich nicht als die Summe von Einzelmeinungen aller Bürger ergeben, sondern vor allem als die Meinung derer, die sich lauter und häufiger zu Wort gemeldet haben. Öffentliche Meinung wird insofern eine soziale „Verzerrung“ aufweisen, als die redobereiten Gruppierungen mit der Veröffentlichung ihrer Meinungen die Öffentlichkeit dominieren werden und damit ihre Meinung als vermeintliche Mehrheitsmeinung erscheinen wird (vgl. Noelle-Neumann 1982).

präsentiert, dann kann man vermuten, daß sie mit ihren gruppenspezifischen Meinungen und Interessen auch die jeweilige öffentliche Meinung bestimmen werden.⁶

Die Bestimmung gesellschaftlicher Subgruppen haben wir mit Hilfe von zwei Variablenkomplexen vorgenommen. Zum einen nehmen wir Bezug auf soziodemographische Variablen (Geschlechts-, Bildungs-, Alters-, Einkommens-, Erwerbs- und Berufsgruppen⁷ und Schichten), die eine sozialstrukturelle Bestimmung gesellschaftlicher Gruppen ermöglichen. Die sozialstrukturelle Gruppenbestimmung erlaubt in erster Linie Aussagen darüber, ob entlang des Kriteriums gesellschaftlicher Schichtungs- und Hierarchiebildung bestimmte Bevölkerungsgruppen in politischen Veranstaltungen überrepräsentiert sind. Außer der Variable „Statusinkonsistenz“ sind die mit den ausgewählten Variablen beschriebenen Subgruppen selbstvident. Mit der Variable „Statusinkonsistenz“ knüpfen wir an die Klassentheorie Pierre Bourdieus (1982) und dessen Unterscheidung zwischen kulturellem und materiellem Kapital an. Wir differenzieren zwischen denjenigen, deren materielles Kapital (Einkommen) das kulturelle Kapital (Bildung) übersteigt, denjenigen, bei denen sich beide Kapitalsorten die Waage halten und denjenigen, deren kulturelles Kapital das materielle Kapital übersteigt. Wir versuchen zweitens, soziale Gruppen durch Bezug auf politische und wertmäßige Orientierungen zu bestimmen (Parteipräferenz, Werteorientierung, politische Orientierung).⁸ Die politisch-wertmäßige Gruppenbestimmung erlaubt Aussagen darüber, welche politischen Interessengruppenanhänger in politischen Veranstaltungen über- bzw. unterrepräsentiert sind.

Wir haben eine Prozentsatzdifferenz von 5 Prozent als untersten Grenzwert gewählt und interpretieren eine Über- bzw. Unterrepräsentanz einer gesellschaftlichen Gruppe, wenn die 5 Prozent-Marge überschritten wird. Bezugspunkt ist jeweils der Prozentsatz der Randverteilung. *Tabelle 1* faßt die Ergebnisse zusammen. Die Art der Darstellung orientiert sich an Sidney Verba und Norman H. Nie (1972, S. 98, S. 100).

Die Teilnahme verschiedener Bevölkerungsgruppen an öffentlichen politischen Veranstaltungen ist recht unterschiedlich. Die Männer und höher Gebildeten, die Erwerbstätigen und die Mitglieder der Oberschicht, die neue Mittelschicht und die Personen, deren Bildung überproportional über ihrem Einkommen liegt (hohes kulturelles Kapital, aber geringes materielles Kapital), sind als Besucher öffentlicher Veranstaltungen deutlich überrepräsentiert. Bezüglich der ideologischen Subgruppen sind die Sympathisanten der Grünen und Personen mit linker und postmaterialistischer Orientierung diejenigen, die öffentliche Veranstaltungen überproportional häufig besucht haben. Diese gesellschaftlichen Gruppen bilden „the attentive public“ von Veranstaltungsföfentlichkeit.⁹

- 6 Friedhelm Neidhardt (1990) hat in einem anderen Zusammenhang in einer kleinen Analyse von Leserbriefen diesen hier nur unterstellten Zusammenhang von Interesse und öffentlicher Meinung nachgezeichnet.
- 7 Die Berufsgruppen wurden folgendermaßen zusammengefaßt: Alte Mittelschicht (Selbständige, selbständige Landwirte); Neue Mittelschicht (Beamte, Angestellte); Arbeiter (Arbeiter); Sonstige (Azubis; mithelfende Familienangehörige).
- 8 Die Werteorientierung wurde mit dem Materialismus-/Postmaterialismus-Index von Ronald Inglehart erhoben; die politische Orientierung mit Hilfe einer 10er Skala, die von links nach rechts verläuft. Die Skalenpunkte 1-4 wurden zur Gruppe der Linken, die Skalenpunkte 5-6 zur Gruppe der Mitte und die Punkte 7-10 zur Gruppe der Rechten zusammengefaßt.
- 9 Donald J. Devine (1970, S. 64) beschreibt mit dem Begriff diejenigen Bürger, die die politi-

Tabelle 1: Über- und Unterrepräsentation von Bevölkerungsgruppen in öffentlichen politischen Veranstaltungen

Merkmalsdimensionen	Randverteilung in %	Unter- und Überrepräsentation in öffentlichen politischen Veranstaltungen	Merkmalsdimensionen		Unter- und Überrepräsentation in öffentlichen politischen Veranstaltungen
			Merkmalsdimensionen	Randverteilung in %	
Geschlecht	Männlich 45,5 Weiblich 54,5 (N=2028)	+18,1 -18,1	Nettoeink. (des Befragten) unter 1250 65,6 1251-2250 7,7 2251 u. mehr 26,7 (N=2028)	Schicht (Selbststeinstufung) niedrig 26,0 mittel 60,1 hoch 13,9 (N=1770)	-11,3 +12,7
Bildung	niedrig (Hauptschule) 59,7 mittel (mittlere Reife) 22,4 hoch (Abitur) 17,9 (N=2023)	-26,5 +24,4	Wertorientierung materialistisch 19,9 gemischt 52,7 postmaterialistisch 27,3 (N=1968)	-12,3 -10,5	
					Politische Orientierung Links 26,2 Mitte 47,2 Rechts 26,6 (N=1967)
Bildung/Geschlecht	M. niedrig gebildet 25,9 W. niedrig gebildet 33,8 M. gebildet 19,6 W. gebildet 20,8 (N=2023)	-23,7 +20,8	Wertgemeinschaften nach Konfliktlinien Postmat./Links 17,4 Material./Links 8,9 Postmat./Mitte 22,2 Material./Mitte 24,7 Postmat./Rechts 8,5 Material./Rechts 18,3 (N=1920)	-10,5 +22,9	
					Statusinkonsistenz Eink. > Bildung 25,3 Eink. = Bildung 49,9 Eink. < Bildung 24,8 (N=2023)
Alter	18-30 Jahre 22,7 31-45 Jahre 23,2 46 Jahre und älter 54,1 (N=2026)	-8,0	Wertgemeinschaften nach Konfliktlinien Postmat./Links 17,4 Material./Links 8,9 Postmat./Mitte 22,2 Material./Mitte 24,7 Postmat./Rechts 8,5 Material./Rechts 18,3 (N=1920)	-8,0 -9,5	
					Erwerbstätigkeit

Unterrepräsentiert sind hingegen die Frauen und vor allem die gering gebildeten Frauen, die gering Gebildeten und die älteren Bürger, Arbeiter und Angehörige niedriger Schichten sowie Personen mit im Vergleich zu ihrem Einkommen überproportional geringer Bildung (materielles Kapital, aber kein kulturelles Kapital) bzw. gleichem kulturellem und materiellem Kapital. Personen mit materialistischer und gemischter Werteorientierung finden sich in Veranstaltungen ebenso unterdurchschnittlich häufig wie Bevölkerungsgruppen, die sich auf der Links/Rechts-Skala politisch in der Mitte verorten.

Das Publikum von politischen Veranstaltungen weist in seiner Zusammensetzung also eine ausgeprägte Struktur auf. Zum einen sind die etablierteren und im Ranggefüge einer Gesellschaft in mehreren Dimensionen eher oben gelagerten gesellschaftlichen Gruppen (Bildung, Erwerbstätigkeit, Schicht, Berufsgruppen) in öffentlichen politischen Veranstaltungen deutlich überrepräsentiert. Zum anderen sind Personen mit linker und postmaterialistischer Orientierung und Anhänger der Grünen in politischen Veranstaltungen deutlich überrepräsentiert. Man kann diesen letzten Befund noch ein Stück weit systematisieren und theoretisch anreichern.

Seymour Lipset und Stein Rokkan (1967) und in der Nachfolge viele andere Autoren haben versucht zu zeigen, daß der Prozeß politischer Willensbildung und Interessenvermittlung ein nach Konfliktlinien strukturierter Prozeß ist. Eine Konfliktlinie ist eine auf Dauer gestellte Gegnerschaft zwischen Akteuren bezüglich politischer Fragestellungen, wobei jede Seite der Gegnerschaft sich durch eine Koalition zwischen einem sozialstrukturell oder ideologisch relativ homogenen Bevölkerungssegment, Akteuren der Interessenartikulation (Verbände, Bewegungen) und Akteuren der Interessenaggregation (Parteien) auszeichnet. „Linie“ meint also Trennungslinie zwischen Gegnern und meint zugleich Verbindungslinie zwischen verschiedenen Segmenten eines Lagers. Die Basis der Ausbildung und die Abdeckung von Konfliktlinien bilden sozialstrukturell und ideologisch geformte Bevölkerungsgruppen. Die Einteilung der Bevölkerung nach sozialstrukturellen und ideologischen Merkmalen kann nach verschiedenen Kriterien erfolgen. Ronald Inglehart (1983) hat zu zeigen versucht, daß sich auf der Grundlage der Entwicklung und Zunahme postmaterialistischer Werteeinstellungen auch eine neue Wertegemeinschaft herausgebildet hat, die die Basis der Etablierung einer neuen Konfliktlinie darstellt. Die Trägerschaft rekrutiert sich in weiten Teilen aus der neuen Mittelschicht. Die Herausbildung einer neuen Konfliktlinie spaltet zugleich eine alte Konfliktlinie: Postmaterialisten sind überwiegend auf der linken Seite des politischen Spektrums zu finden. Dieter Fuchs (1991) hat daran anknüpfend eine Systematisierung von alten und neuen Konfliktlinien vorgeschlagen, indem er die Bevölkerung nach ihrer ideologischen Orientierung (Links-Rechts) und ihrer Werteorientierung (Materialismus/Postmaterialismus) in ideologische Gemeinschaften einteilt. Daraus ergeben sich insgesamt sechs verschiedene ideologische Gruppierungen, die von der Gruppe der „Materialistischen Rechten“ bis hin zu der der „Postmaterialistischen Linken“ reichen. Fuchs (1991) zeigt nun mit Hilfe einer ideologischen Distanzmessung, daß von diesen sechs durch theoretische Klassifikation entstandenen Gruppierungen empirisch allein drei als Wertegemeinschaften von Konfliktlinien anzusehen sind: die Materialistische Linke, die Materialistische Rechte und die die neue

schen Diskussionen verfolgen. Die sozialstrukturelle Bestimmung dieser Gruppe entspricht weitgehend den hier dargestellten Ergebnissen.

Konfliktlinie repräsentierende Postmaterialistische Linke. Wir orientieren uns an dieser Einteilung in ideologische Gemeinschaften.¹⁰

Geht man davon aus, daß die öffentliche politische Kommunikation eine nach diesen Konfliktlinien strukturierte Kommunikation ist, dann stellt sich die Frage, welche Anhänger welcher ideologischen Gemeinschaft in der politischen Öffentlichkeit von Veranstaltungen über- bzw. unterrepräsentiert sind. Legt man wiederum eine 5 Prozent-Hürde zugrunde, dann ist es – wie *Tabelle 1* ausweist – allein die Gruppe der postmaterialistischen Linken, die im Vergleich zu den anderen Wertegemeinschaften mit 18,5 Prozent in politischen Veranstaltungen deutlich überrepräsentiert ist. Man kann erwarten, daß sie mit ihren Meinungen und Interessen auch die öffentliche Meinung in diesem Bereich mitbestimmen werden; politische Veranstaltungen weisen in dem in ihnen zum Ausdruck kommenden Meinungsspektrum entsprechend einen links-postmaterialistischen bias auf, Anhänger der Neuen Politik (vgl. Hildebrandt und Dalton 1977) sind hier überrepräsentiert. Dies wird nicht ohne Effekte auf die in öffentlichen Veranstaltungen generierte öffentliche Meinung bleiben, sie wird einen entsprechenden bias aufweisen.

Wir haben bisher allein die Struktur der Nachfrager nach politischen Veranstaltungen untersucht. Die Umfrage enthält zugleich auch Informationen über das vom Publikum wahrgenommene Angebot an Veranstaltungen. Von welchen kollektiven Akteuren werden überhaupt Veranstaltungen nachgefragt?

II. Nachgefragtes Angebot an öffentlichen Veranstaltungen

Die hier ausgewertete Umfrage gibt zwar Aufschluß über die Veranstalter, die Themen der Veranstaltungen, die Anzahl der Teilnehmer etc., all diese Informationen sind aber aus der Perspektive der Besucher von Veranstaltungen erhoben worden.¹¹ Insofern erlauben die Daten keine direkte Beschreibung der Angebotsstruktur an öffentlichen politischen Veranstaltungen. Fragt man aber nicht nach der Angebotsstruktur von Veranstaltungen an und für sich, sondern nach der Chance der Beeinflussung der öffentlichen Meinung durch Veranstaltungen, dann sind vor allem die Veranstalter, Veranstaltungen und Themen relevant, die auch von der Bevölkerung wahrgenommen und genutzt werden. Nur diese können auch die öffentliche Meinung beeinflussen. Unter dieser Frageperspektive erlaubt die Umfrage Rückschlüsse auf das nachgefragte Angebot an Veranstaltungen, auf Marktführer gemessen in „umgesetzten“ Veranstaltungen.

Tabelle 2 gibt eine erste Antwort auf die Frage, welche kollektiven Akteure mit ihren Veranstaltungen nachgefragt werden und damit die Chance haben, mit ihren Themen und Meinungen die öffentliche Meinung zu beeinflussen.

10 In Anlehnung an Fuchs wurden 6 Gruppen gebildet: a. Materialistische Linke, b. postmaterialistische Linke, c. materialistische Mitte, d. postmaterialistische Mitte, e. materialistische Rechte und f. postmaterialistische Rechte.

11 Ein Veranstalter, der eine Veranstaltung mit 5000 Teilnehmern durchgeführt hat, hat eine 1000fach höhere Chance, durch einen Befragten der Stichprobe der Befragung genannt zu werden als ein Veranstalter, der eine Veranstaltung mit 5 Teilnehmern durchgeführt hat. Entsprechend kommt es zu Verzerrungen, die einen Rückschluß von den Umfragedaten auf die Angebotsstruktur nicht zulassen.

Tabelle 2: Nachgefragte Veranstaltungen von kollektiven Akteuren*

	Häufigkeit	Prozent
<i>Exekutive</i>		
Stadtverwaltung/Bürgermeister	38	14,0
<i>Parteien</i>		
SPD	37	13,6
CDU/CSU	34	12,5
Grüne/AL	18	6,6
Republikaner	6	2,2
Freie Wählergruppen	3	1,1
Mehrere Parteien/Politiker, ohne daß deren Partei angegeben war	18	6,6
<i>Interessenverbände</i>		
Gewerkschaften	21	7,7
Bürgerinitiativen/Interessengemeinschaften	19	7,0
Kirchen	14	5,1
Banken	5	1,8
Industrie- und Handelskammer	4	1,5
Bauernverband	3	1,1
BUND	3	1,1
Handwerksvereine	2	0,7
Vertriebenenvereine	2	0,7
Unternehmer/Betriebe	1	0,4
Versicherung	1	0,4
Maurerverband	1	0,4
Pensionärsverein	1	0,4
Landvolkverein	1	0,4
Polizei	1	0,4
Verband für Waffentechnik	1	0,4
Gesellschaft Bürger und Polizei	1	0,4
Verband der Kriegsdienstgegner	1	0,4
Greenpeace	1	0,4
<i>Soziale Einrichtungen</i>		
Wohlfahrtsverbände (DRK etc.)	4	1,5
Kinderkrippe	2	0,7
Krankenhaus	1	0,4
<i>Kultur- und Bildungseinrichtungen</i>		
Universität/ASTA/Institute	12	4,4
Schulorganisationen/SMV/Jugendzentren	7	2,6
Volkshochschule	5	1,8
Kulturkreis/Theatergruppen	2	0,7
Jüdische Vereine	2	0,7
<i>Summe</i>	<i>294</i>	<i>100,0</i>

* Die Frage lautete: „Können Sie sich noch erinnern, wer zu der Veranstaltung eingeladen hatte, wer der Veranstalter war?“ Die Frage wurde ohne Antwortvorgaben, also offen, gestellt. Bei der Klassifikation der Tabelle handelt es sich um eine Zusammenfassung verschiedener Akteure in Oberkategorien.

Drei Ergebnisse, die im folgenden genauer interpretiert werden sollen, sind an der Verteilung der Veranstalter, deren Veranstaltungen nachgefragt wurden, interessant: zum einen die *Zentrierung auf institutionalisierte Akteure der Interessenvermittlung* (a), zum zweiten innerhalb der Gruppe der institutionalisierten Akteure die *Marktführerschaft von Anbietern, die eine bestimmte gesellschaftliche Konfliktlinie repräsentieren* (b) und drittens – jenseits der Zentrierung auf die Veranstaltungen weniger Anbieter – die *Diversifizierung der Anbieterstruktur an öffentlichen Veranstaltungen* (c).

a) Analytisch kann man zwischen Veranstaltern einerseits und Interessengruppen, die innerhalb von Veranstaltungen ihre Meinungen kundtun, unterscheiden. Die Volkshochschule kann z.B. zu politischen Themen öffentliche Diskussionen organisieren und dazu einen oder mehrere Interessenvertreter einladen. Die analytische Differenzierung zwischen Veranstaltern und Interessengruppen findet sich aber empirisch kaum wieder. Allenfalls die Kategorien „soziale Einrichtungen“ und „Kultur und Bildungseinrichtungen“ lassen sich als Veranstalter im engeren Sinne definieren. Die besuchten Veranstaltungen in der Bundesrepublik werden in erster Linie von Interessengruppen und Parteien organisiert, Gruppierungen und Organisationen also, die zu bestimmten Themen Meinungen und Interessen ausgebildet haben und diese im politischen System als Repräsentanten ihrer Klientel vertreten. Dies wird Auswirkungen auf die Struktur der besuchten Veranstaltungen selbst haben. Veranstaltungen sind keine Öffentlichkeitssysteme, in denen eine Vielzahl von Meinungen zu Wort kommt und im Verlauf der Diskussion öffentliche Meinung erst generiert wird. Veranstaltungen sind Kommunikationssysteme, in denen Interessengruppen ihre Meinungen zu Themen offerieren und Zustimmung beim Publikum erzeugen wollen. Daß sie dafür gute Chancen besitzen, ergibt sich aus der homogenen Zusammensetzung des Publikums. Auf die Frage, ob in der vom Befragten besuchten Veranstaltung dieselbe Meinung zu dem Thema vertreten wurde, die der Befragte selbst zu dem Thema hat, antworteten 79,2 Prozent zustimmend. Veranstaltungen dienen der Mobilisierung einer bestimmten öffentlichen Meinung, weniger dem Rasonnement mehrerer Meinungen. Umgekehrt werden sie den Interessengruppen und Parteien die Chance geben, das Rumoren auf den Galeeren zu hören (Luhmann), um entsprechend – sollte es laut genug sein – darauf zu reagieren, indem sie Meinungen aufnehmen, verarbeiten und selbst in die öffentliche Diskussion wieder einspeisen. Bei den Interviews, die Barbara Blatter (1992) mit Veranstaltern geführt hat, waren es vor allem die Parteien, die diese Funktion von öffentlichen Veranstaltungen bestätigten.

Institutionalisierte Akteure des politischen Systems sind die Akteure, die am häufigsten als Veranstalter auftreten. Die kommunale Exekutive und die verschiedenen Parteien haben allein 56,6 Prozent dieser Veranstaltungen durchgeführt; zählt man die beiden großen, zwei traditionelle Konfliktlinien repräsentierende Interessenverbände – die Gewerkschaften und die Kirchen – hinzu, kommt man auf 69,4 Prozent.¹² Schon auf früherer Stufe der Interessen- und Meinungsaggregation werden in der Bundesrepublik Meinungen und Interessen in etablierte Bahnen kanalisiert. Mag dies bedenklich im Hinblick auf die Sensibilität des intermediären Systems Öffentlichkeit nach „unten

¹² Eine nennenswerte Ausnahme bilden die Bürgerinitiativen und Interessengemeinschaften, die immerhin in 7 Prozent der Fälle als Veranstalter angegeben wurden. Deren Institutionalierungsgrad ist relativ gering, ihre Bürgernähe relativ hoch.

hin“ und im Hinblick auf die Repräsentativitätsfunktion von Öffentlichkeit sein, so bedeutet dies zugleich eine Stärke im Hinblick auf die Aggregationsfunktion öffentlicher Meinung und die Vermittlung der Interessen nach „oben hin“, zum politischen Entscheidungssystem: Parteien und etablierte Interessengruppierungen verfügen über einen unmittelbaren Zugang zum politischen System, sie sind Akteure, die auf unterschiedlichen Ebenen aktiv sind, können also Meinungen und Interessen des Publikums aufnehmen und bis in das politische System hinein transportieren.

b) Man kann in einem zweiten Schritt versuchen, die institutionalisierten Akteure zu klassifizieren und danach fragen, welche Akteure dominant mit ihrem Angebot nachgefragt werden, wer also die Marktführer im Bereich öffentlicher Veranstaltungen sind. Bei der Analyse der Publikumsstruktur öffentlicher Veranstaltungen wurde bereits auf das Konzept gesellschaftlicher Konfliktlinien Bezug genommen. Wir fragen im folgenden danach, welche der die einzelnen Konfliktlinien repräsentierenden Akteure in welchem Ausmaß in Veranstaltungen öffentlichkeitsbestimmend sind.

Seymour Martin Lipset und Stein Rokkan (1967) unterscheiden zwischen einer ökonomischen und einer kulturellen Konfliktlinie.¹³ Die wichtigste traditionelle Konfliktlinie bildet in der ökonomischen Dimension der Gegensatz zwischen Arbeit und Kapital. Auf der Ebene der Akteure der Interessenartikulation stehen sich die Gewerkschaften und die Arbeitgeberverbände gegenüber, auf der Ebene der Parteien die SPD auf der einen Seite und die CDU und FDP auf der anderen Seite. Die traditionelle kulturelle Konfliktlinie wird durch den Gegensatz von klerikal versus laizistisch gebildet. Auf Bevölkerungsebene stehen sich hier die Wertegemeinschaften der konfessionell Gebundenen und der konfessionell Ungebundenen gegenüber. Die konfessionell Gebundenen haben im Bereich der Akteure der Interessenartikulation mit der Kirche ihre Repräsentanz; auf der Ebene der Parteien stehen sich hier CDU auf der einen Seite und SPD und FDP auf der anderen Seite gegenüber. Von vielen Autoren wird die These vertreten, daß sich für die Gegenwart eine neue kulturelle Konfliktlinie herausgebildet hat (vgl. Hildebrandt und Dalton 1977; Inglehart 1983). Deren Trägererschaft in der Bevölkerung bildet die Wertegemeinschaft der linken Postmaterialisten. Im Bereich der Interessengruppen haben sich mit den neuen sozialen Bewegungen, Bürgerinitiativen und anderen politischen Selbstorganisationen neue, wenn auch anders organisierte Akteure der Interessenartikulation gebildet. Mit den Grünen findet sich zugleich eine Partei, die auf der Ebene der Interessenaggregation die Vermittlung hin zum Entscheidungssystem betreibt. Wir orientieren uns bei der Klassifikation der Akteure an dem anschaulichen Schaubild der Einteilung von Akteuren von Bernhard Weißels (1991, S. 464).

Beschränkt man die Analyse auf die Veranstaltungen, die von den Akteuren der Interessenartikulation und den Parteien durchgeführt wurden, so zeigt sich ein Bias im Umsatz nachgefragter Veranstaltungen. Sowohl für die Parteien als auch für die Akteure der Interessenartikulation gilt, daß die Interessenvertretungen der Arbeitnehmer in der ökonomischen Spannungslinie und die Interessengruppen der Neuen Politik in der kulturellen Dimension die Marktführer sind. Auch dies wird sich auf die in

Tabelle 3: Nachgefragte Veranstaltungen von Akteuren der Interessenartikulation (nach Konfliktlinien geordnet)*

	Häufigkeit
1. <i>Ökonomische Spannungslinie</i>	
a) Arbeit (Gewerkschaften)	21
b) Kapital (Banken, IHK, Unternehmer, Bauernverband, Versicherungen)	14
2. <i>Kulturelle/Religiöse Spannungslinie</i>	
a) Traditionell religiös (Kirchen)	14
b) Neue Kultur und Werte (Bürgerinitiativen, BUND, VdKG, Greenpeace)	24
<i>Summe</i>	73

Tabelle 4: Nachgefragte Veranstaltungen von Akteuren der Interessenaggregation - Parteien (nach Konfliktlinien geordnet)*

	Häufigkeit
1. <i>Ökonomische Spannungslinie</i>	
a) Arbeit (SPD)	37
b) Kapital (CDU/CSU)	17
2. <i>Kulturelle/Religiöse Spannungslinie</i>	
a) Traditionell religiös (CDU)	17
b) Neue Kultur und Werte (Grüne/AL)	18
<i>Summe</i>	95

* Die Veranstaltungen der CDU/CSU wurden zur Hälfte dem Konfliktpol „Kapital“ zugeordnet, zur anderen Hälfte dem Konfliktpol „Traditionell religiös“.

Veranstaltungen generierte öffentliche Meinung in Form einer Dominanz der Meinungen dieser Gruppierungen auswirken. Die durch Veranstaltungsöffentlichkeit generierte öffentliche Meinung wird einen „traditionell-linken“ und „links-postmaterialistischen“ Bias aufweisen. Ähnlich wie auf der Publikumsseite ergibt sich auch im Umsatz an Veranstaltungen eine gleichgerichtet „verzerrte“ Struktur.

Welche Ursachen kann die Marktführerschaft von linken und postmaterialistischen Interessenorganisationen haben? Von ihrem Selbstverständnis sind die die Arbeitnehmer und die Neue Politik vertretenden Akteure und deren Klientel basisorientierter als die Akteure, die das Kapital und die religiösen Interessen vertreten und deren Klientel. Dies mag sowohl im Angebot als auch in der Nachfrage zu einer stärkeren Orientierung an Öffentlichkeitsformen führen, die – wie politische Veranstaltungen – publikumsnäher gelagert sind. Ein zweiter Grund kommt hinzu. Die Durchführung von politischen Veranstaltungen ist eine neben anderen Möglichkeiten, Einfluß auf den politischen Entscheidungsprozeß zu nehmen. Die Über- bzw. Unterrepräsentanz bestimmter nachgefragter Akteure im Bereich politischer Veranstaltungen hängt auch von den funktionalen Alternativen ab, über die Akteure und deren Klientel verfügen. So kann man vermuten, daß z.B. die Interessengruppen und die Klientel der Neuen Politik im Bereich des Lobbying im Vergleich zu den anderen Akteuren unterrepräsentiert sind und sich deswegen der Mobilisierung von Öffentlichkeit als Weg der Einflußnahme zuwenden.

¹³ Die Autoren unterscheiden grundsätzlich eine funktionale Achse (Ökonomie, Kultur) von einer territorialen Achse (Zentrum/Peripherie). Im Prozeß der Modernisierung wird die territoriale Achse zur Fundierung von Konfliktlinien zunehmend bedeutungslos.

c) Sind die institutionalisierten Akteure – die Exekutive, die Parteien und etablierten Interessengruppen – die Marktführer von öffentlichen Veranstaltungen, so wird die Struktur komplettiert durch eine Vielzahl von Kleinanbietern. Die Diversifizierung der nachgefragten Anbieter an öffentlichen Veranstaltungen bildet das dritte Strukturmerkmal, das sich aus der Umfrage ergibt. Dabei handelt es sich in den meisten Fällen um kleinere Interessengruppen, um Universitäten, andere Bildungseinrichtungen und gemeinnützige Vereine, deren Veranstaltungen besucht werden. Die geringe Häufigkeit der Nennung des jeweiligen Veranstalters verhindert aber eine inhaltliche Kategorisierung. In einer zweiten, ebenfalls repräsentativen Bevölkerungsbefragung würden wahrscheinlich andere Veranstalter genannt werden. Allein, daß es eine Vielzahl an Veranstaltern gibt, läßt sich inhaltlich interpretieren. Neben einer Zentrierung der Nachfrage auf die etablierten Interessenorganisationen gibt es offensichtlich eine segmentierte Struktur der Nachfrage nach heterogenen Kleinanbietern. Deren Wirksamkeit in bezug auf die Gestaltung einer breiteren öffentlichen Meinung wird aber gering sein. Zum einen ist die Menge des Publikums, das über diese Veranstaltungen erreicht wird, zu gering, zum zweiten sind die Anbieter dieser Veranstaltungen im Gegensatz zu den etablierten Interessengruppen in ihrem Wirkungsradius auf die untere Ebene von Öffentlichkeit beschränkt und besitzen keine Kanäle, die unmittelbar in das politische System hineinragen.

III. Bilanz

Der sozialwissenschaftliche Begriff von Öffentlichkeit in der Bundesrepublik ist in starkem Maße durch die Arbeiten von Jürgen Habermas (1962, 1990) geprägt. Auch wenn man in den Arbeiten von Habermas keine eindeutige Definition dessen findet, was mit Öffentlichkeit genau gemeint ist, kann man aus den theoretischen und historischen Beschreibungen doch einige Merkmale herausdestillieren, die den Vergesellschaftungstypus definieren, den Habermas mit Öffentlichkeit bzw. politischer Öffentlichkeit im Sinn hat. Unter politischer Öffentlichkeit wird ein für alle Bürger zugängliches und deswegen offenes Kommunikationssystem verstanden, in dem die Bürger einer Gesellschaft „face to face“ miteinander über allgemeine politische Belange kommunizieren.¹⁴ Es bedarf eines Minimums an Organisation, so daß zumindest der Ort und der Zeitpunkt, vielleicht auch das Thema festgelegt sind, damit sich öffentliche Kommunikation konstituieren kann. Salons, Kaffeehäuser, Lesegesellschaften und öffentliche Versammlungen sind die historischen Beispiele für Veranstaltungen von Öffentlichkeit. Der hier empirisch beschriebene Typus politischer Veranstaltungen scheint dem Vergesellschaftungstypus zu entsprechen, den Habermas im Visier hat, wenn er von Öffentlichkeit bzw. von dem autochthonen, dem nicht formal verfaßten Teil von

¹⁴ Differenzbegriffe können die Definition von Öffentlichkeit deutlicher machen. Offenheit meint, daß es prinzipiell keine Zugangsbedingungen gibt, qua Bürger kann man partizipieren; Kommunikation unter Anwesenden schließt medial vermittelte Kommunikation aus; Kommunikation zwischen Bürgern meint, daß es sich um ein Laiensystem und nicht um ein Expertensystem (Wissenschaftler, Ökonomen, Ingenieure) handelt; Kommunikation über politische Themen schließlich grenzt politische Öffentlichkeit von anderen Öffentlichkeiten (Kunstöffentlichkeit) ab.

Öffentlichkeit spricht (Habermas 1990, S. 31). Die Erwartungen, die Habermas an sein Konzept von Öffentlichkeit bindet, sind hoch gesteckt. Der Austausch vernünftiger Argumente bildet die kommunikative Struktur von Öffentlichkeit, Rationieren ist gleichsam der Operationsmodus des Systems. Am Ende öffentlicher Diskussion steht idealtypisch ein vernünftiger Konsens der am Diskurs Beteiligten, der auf den besten Argumenten des Diskurses basiert. Die in einer veranstalteten Öffentlichkeit hergestellte vernünftige öffentliche Meinung bildet zugleich die letzte Legitimationsinstanz für das politische System. Das politische System ist an den in der Öffentlichkeit entwickelten Konsens gebunden.

Wir wollen am Ende die dargestellten empirischen Ergebnisse bilanzieren und zugleich auf die Habermassche Vorstellung von Öffentlichkeit beziehen.¹⁵

a) Politische Veranstaltungen stellen eine kleine Form von Öffentlichkeit dar. Nur 15,2 Prozent der Befragten hatten in den letzten zwei Jahren mindestens einmal an einer politischen Veranstaltung teilgenommen; die Teilnehmerzahl der besuchten Veranstaltung war jeweils gering. Die Menge des über politische Veranstaltungen in die Öffentlichkeit einbezogenen Publikums ist zu gering, als daß daraus eine breite öffentliche Meinung auf nationaler Ebene generiert werden könnte. Ob ein so kleines System aber so große Aufgaben erfüllen kann, wie Habermas ihm zumutet, kann bezweifelt werden. Systeme, die auf Anwesenheit angewiesen sind, sind in hochkomplexen, differenzierten Gesellschaften in der Herstellung einer breiten Öffentlichkeit überfordert.

b) Auch aus der Publikumszusammensetzung von politischen Veranstaltungen ergeben sich Zweifel bezüglich der Leistungsfähigkeit von Veranstaltungsöffentlichkeiten. Wir hatten gesehen, daß die etablierteren und im Ranggefüge einer Gesellschaft in mehreren

¹⁵ Die Befunde widersprechen zum Teil den Ergebnissen der Untersuchung, die von Barbara Blattert (1992) durchgeführt wurde. Diese kommt bezüglich der Angebotsstruktur öffentlich angekündigter Veranstaltungen in West-Berlin zu dem Ergebnis, daß „die Kultur- und Bildungseinrichtungen dominieren, gefolgt von den kleineren politischen Gruppen, während die etablierteren Akteure wie die Parteien, Kirchen, Gewerkschaften und die Administration erst mit einigem Abstand folgen“ (Blattert 1992, S. 9f.). 48,2 Prozent der angekündigten Veranstaltungen sind dabei von alternativen Veranstaltern durchgeführt worden, von Akteuren der Interessenartikulation also, die wir der Kategorie „Neue Politik“ zugeordnet hatten. Drei Gründe lassen sich anführen, die die widersprüchlichen Befunde erklärbar machen.

a) Die Auswahlheiten der beiden Untersuchungen sind verschieden. Während die Untersuchung von Barbara Blattert sich auf die öffentlich angekündigten Veranstaltungen bezieht, sind in der repräsentativen Bevölkerungsumfrage besuchte Veranstaltungen erhoben worden. Man kann vermuten, daß sich in dem annoncierten Angebot eine Menge an Veranstaltungen befindet, die nur von wenigen besucht wurden. Dies mag vor allem für die vielen Kleinanbieter aus dem alternativen Bereich gelten.

b) Der räumliche Bezugsrahmen der beiden Untersuchungen ist verschieden. Bei der Umfrage handelt es sich um eine Befragung, die sich auf die gesamte Bundesrepublik bezieht, die Angebotsanalyse bezieht sich auf eine Großstadt. In Großstädten sind aber gegenkulturelle Milieus im besonderen Maße entwickelt (vgl. Fisher 1982, S. 196f.). Dies mag die besondere Stärke der alternativen Anbieter in der Angebotsanalyse Berlins erklären.

c) Schließlich kommen berlinspezifische Bedingungen hinzu. Die besondere Subventionierung von politischer Bildung in Berlin macht die besondere Stärke von Bildungseinrichtungen auf dem Berliner Veranstaltermarkt erklärlich. Die alternative Szene ist wahrscheinlich in keiner Stadt der Bundesrepublik so stark entwickelt wie in Berlin. Dies wird sich auch auf das Angebot an politischen Veranstaltungen aus diesem Bereich auswirken.

Dimensionen eher oben gelagerten gesellschaftlichen Gruppen in öffentlichen politischen Veranstaltungen deutlich überrepräsentiert sind. Im Hinblick auf eine politische Orientierung des Publikums hat sich gezeigt, daß die eine neue Konfliktlinie konstituierende Wertegemeinschaft der linken Postmaterialisten in politischen Veranstaltungen deutlich überrepräsentiert sind. Man kann erwarten, daß sie mit ihren Meinungen und Interessen auch die öffentliche Meinung in diesem Bereich mitbestimmen werden. Ob es dann noch zur „diskursiven Meinungs- und Willensbildung eines Publikums von Staatsbürgern“ (Habermas 1990, S. 38), „zu einer politischen Mobilisierung und Nutzung der Produktivkraft Kommunikation“ (Habermas 1990, S. 39) kommt, wie Habermas erwartet und hofft, kann man bezweifeln. Die prinzipielle Offenheit von Öffentlichkeit für alle Bürger erweist sich empirisch als selektive Offenheit, das Habermasche Ideal von Öffentlichkeit als Raisonement aller Bürger über allgemeine Belange läßt sich empirisch – zumindest in öffentlichen Veranstaltungen – nicht auffinden.

c) Eine ähnliche „Schieflage“ ergibt sich in bezug auf das wahrgenommene Angebot an politischen Veranstaltungen. Marktführer sind die etablierten politischen Akteure (Exekutive, Parteien, Verbände); innerhalb dieser Gruppe gibt es eine leichte Dominanz der Interessengruppen der Arbeitnehmer und der Neuen Politik. Teilt man den normativen Rahmen der Habermaschen Theorie, kann man diese empirischen Befunde auch bewerten: Bereits öffentliche Veranstaltungen als eine untere Ebene von Öffentlichkeit weist Strukturen auf, die Habermas in erster Linie den Massenmedien attestiert hatte. Sie erweisen sich als eine vermachtete Ebene von Öffentlichkeit, die von den Parteien und Interessengruppen penetriert ist.

Literatur

- Blattert, Barbara: Anbieter von öffentlichen politischen Veranstaltungen in West-Berlin, Discussion Paper FS III-92-101, Wissenschaftszentrum Berlin 1992.
- Bourdieu, Pierre: Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft, Frankfurt a.M. 1982.
- Devine, Donald J.: The Attentive Public. Polyarchical Democracy, Chicago 1970.
- Fisher, Claude S.: To Dwell Among Friends. Personal Networks in Town and City, Chicago und London 1982.
- Fuchs, Dieter: Zum Wandel politischer Konfliktlinien: Ideologische Gruppierungen und Wahlverhalten, in: Werner Süß (Hrsg.), Die Bundesrepublik in den achtziger Jahren, Opladen 1991, S. 69-88.
- Gerhards, Jürgen: Die Macht der Massenmedien und die Demokratie: Empirische Befunde, Discussion Paper FS III-91-108, Wissenschaftszentrum Berlin 1991.
- Gerhards, Jürgen, und Friedhelm Neidhardt: Strukturen und Funktionen moderner Öffentlichkeit. Fragestellungen und Ansätze, Discussion Paper FS III-90-101, Wissenschaftszentrum Berlin 1990.
- Habermas, Jürgen: Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft, Neuwied/Berlin 1962.
- Habermas, Jürgen: Vorwort zur Neuauflage, in: Ders., Strukturwandel der Öffentlichkeit, Frankfurt a.M. 1990, S. 11-50.
- Herzog, Dietrich, et al.: Abgeordnete und Bürger. Ergebnisse einer Befragung der Mitglieder des 11. Deutschen Bundestags und der Bevölkerung, Opladen 1990.
- Hildebrandt, Kai, und Russell J. Dalton: Die neue Politik – Politischer Wandel oder Schönwetterpolitik?, in: Politische Vierteljahresschrift, 18, 1977, S. 230-256.

- Inglehart, Ronald: Traditionelle politische Trennungslinien und die Entwicklung der neuen Politik in westlichen Gesellschaften, in: Politische Vierteljahresschrift, 24, 1983, S. 139-165.
- Kiefer, Marie-Luise: Massenkommunikation 1964-1985, in: Klaus Berg und Marie-Luise Kiefer (Hrsg.), Massenkommunikation III, Frankfurt a.M. 1987, S. 7-198.
- Lipset, Seymour Martin, und Stein Rokkan: Cleavage Structures, Party Systems, and Voter Alignments: An Introduction, in: Seymour Martin Lipset und Stein Rokkan (Hrsg.), Party Systems and Voter Alignments: Cross-National Perspectives, New York 1967, S. 1-50.
- Luhmann, Niklas: Einfache Sozialsysteme, in: Ders. (Hrsg.), Soziologische Aufklärung, Bd. 2, Opladen 1975, S. 21-38.
- Merten, Klaus: Aufstieg und Fall des „Two-Step-Flow of Communication“. Kritik einer sozialwissenschaftlichen Hypothese, in: Politische Vierteljahresschrift, 29, 1988, S. 610-635.
- Neidhardt, Friedhelm: Ein öffentlicher Streit. „DER SPIEGEL“ und das Hochschul-„Ranking“, in: WZB-Mitteilungen, Heft 50, Dezember 1990, S. 19-21.
- Noelle-Neumann, Elisabeth: Die Schweigespirale. Öffentliche Meinung – Unsere soziale Haut, München 1980.
- Puhe, Henry, und H. Gerd Würzburg: Lust und Frust. Das Informationsverhalten der deutschen Abgeordneten. Eine Untersuchung, Köln 1989.
- Stichweh, Rudolf: Inklusion in Funktionssysteme der modernen Gesellschaft, in: Renate Mayntz et al. (Hrsg.), Differenzierung und Verselbständigung. Zur Entwicklung gesellschaftlicher Teilsysteme, Frankfurt a.M. 1988, S. 261-294.
- Verba, Sidney, und Norman H. Nie: Participation in America: Social Equality and Political Democracy, New York 1972.
- Wefels, Bernhard: Vielfalt oder strukturierte Komplexität? Zur Institutionalisierung politischer Spannungslinien im Verbände- und Parteiensystem in der Bundesrepublik, in: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, 43, 1991, S. 454-475.

Korrespondenzanschrift: Dr. Jürgen Gerhards, Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung, Reichpietschufer 50, W-1000 Berlin 30