



EM Deutsch

# Kommunikation im öffentlichen Raum

Fortbildung Sekundarstufe II

02.06.2021



**Bildungsregion Berlin-Brandenburg**



Landesinstitut für Schule und Medien Berlin-Brandenburg (2021)



# Der öffentliche Raum

- Was ist der öffentliche Raum?
- Welche Funktionen hat er?
- Welchen Prinzipien folgt der öffentliche Raum?
- Welche Bedeutung hat der öffentliche Raum für die Kommunikation?



# Einordnung in den Rahmenlehrplan

## Fachbezogene Kompetenzen:

- **Sprache und Sprachgebrauch reflektieren:** sich mit Sprache als System sowie als historisch gewordenem Kommunikationsmedium auseinandersetzen

## Abschlussbezogene Standards:

### Sprache und Sprachgebrauch reflektieren (Grundkursfach und Leistungskursfach)

Die Schülerinnen und Schüler analysieren Sprache als System und als historisch gewordenes Kommunikationsmedium und erweitern so ihr Sprachwissen und ihre Sprachbewusstheit. Sie

- verbale, paraverbale und nonverbale Gestaltungsmittel in unterschiedlichen kommunikativen Zusammenhängen analysieren, ihre Funktion beschreiben und ihre Angemessenheit bewerten

- Strukturen und Funktionen von Sprachvarietäten beschreiben
- Bedingungen gelingender Kommunikation analysieren, auch auf der Basis theoretischer

- sprachliche Handlungen kriterienorientiert in authentischen und fiktiven Kommunikationssituationen bewerten

situationen bewerten

- persuasive und manipulative Strategien in öffentlichen Bereichen analysieren und sie kritisch bewerten

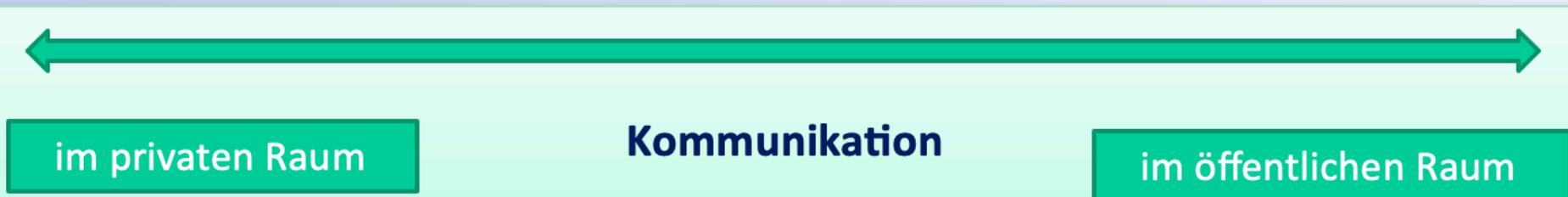
Die Schülerinnen und Schüler können darüber hinaus

- sprachphilosophische Positionen zur Analyse von Sprache und Kommunikation

- verbale, paraverbale und nonverbale Signale für Macht- und Dominanzverhältnisse identifizieren

# Was ist der öffentliche Raum?

Der **öffentliche Raum** konstituiert sich in der Abgrenzung zum **privaten Raum**:



„Der öffentliche Raum bezieht sich dabei auf den Bereich außer Haus und ist ‚dem prüfenden Blick von jedermann zugänglich‘ (Sennett, 1993, S. 31), der private Raum umfasst das Zuhause, das nur der Familie und Freunden zugänglich ist und eine individuelle Lebensgestaltung zulässt (ebd.; auch Ruhne, 2003, S. 86 ff.). Daraus lassen sich zwei konstitutive Merkmale ableiten.“

- Besitz einer bestimmten Architektur oder Infrastruktur
- Zugänglichkeit für jedermann

## Was ist der öffentliche Raum?

„Ein öffentlicher Stadt-Raum ist die Momentaufnahme einer historischen, für jedermann zugänglichen, kulturellen und sozial normierten Infrastruktur, der geographisch gesehen außerhalb des Privaten und damit des Zuhauses von Personen liegt. Der öffentliche Raum ist als heterogenes Gebilde durch verschiedene öffentliche Plätze (Restaurants, Parks, Marktplätze, Bahnhöfe usw.) mit je eigenen Bedeutungen gekennzeichnet.“

Julia Roll (2017): *Kommunikation im öffentlichen Raum: Aufmerksamkeit und Mediennutzung*. Wiesbaden.



# Was ist der öffentliche Raum?

Laut dem Philosophen und Soziologen Richard Sennett ist der öffentliche Raum jener, in dem man dem prüfenden Blick von jedermann ausgesetzt ist, der Raum, in dem es Akteure und Zuschauer\*innen gibt, in dem man gleichzeitig Beobachter und Beobachteter ist.

(Sennett, Richard (1986): *Verfall und Ende des öffentlichen Lebens. Die Tyrannei der Intimität*. Frankfurt am Main.)

→ ohne Öffentlichkeit kein öffentlicher Raum

keine Beobachtung

aktive Kommunikationsteilnehmer\*innen  
haben Bewusstsein für Beobachtetsein



im privaten Raum

**Kommunikation**

im öffentlichen Raum

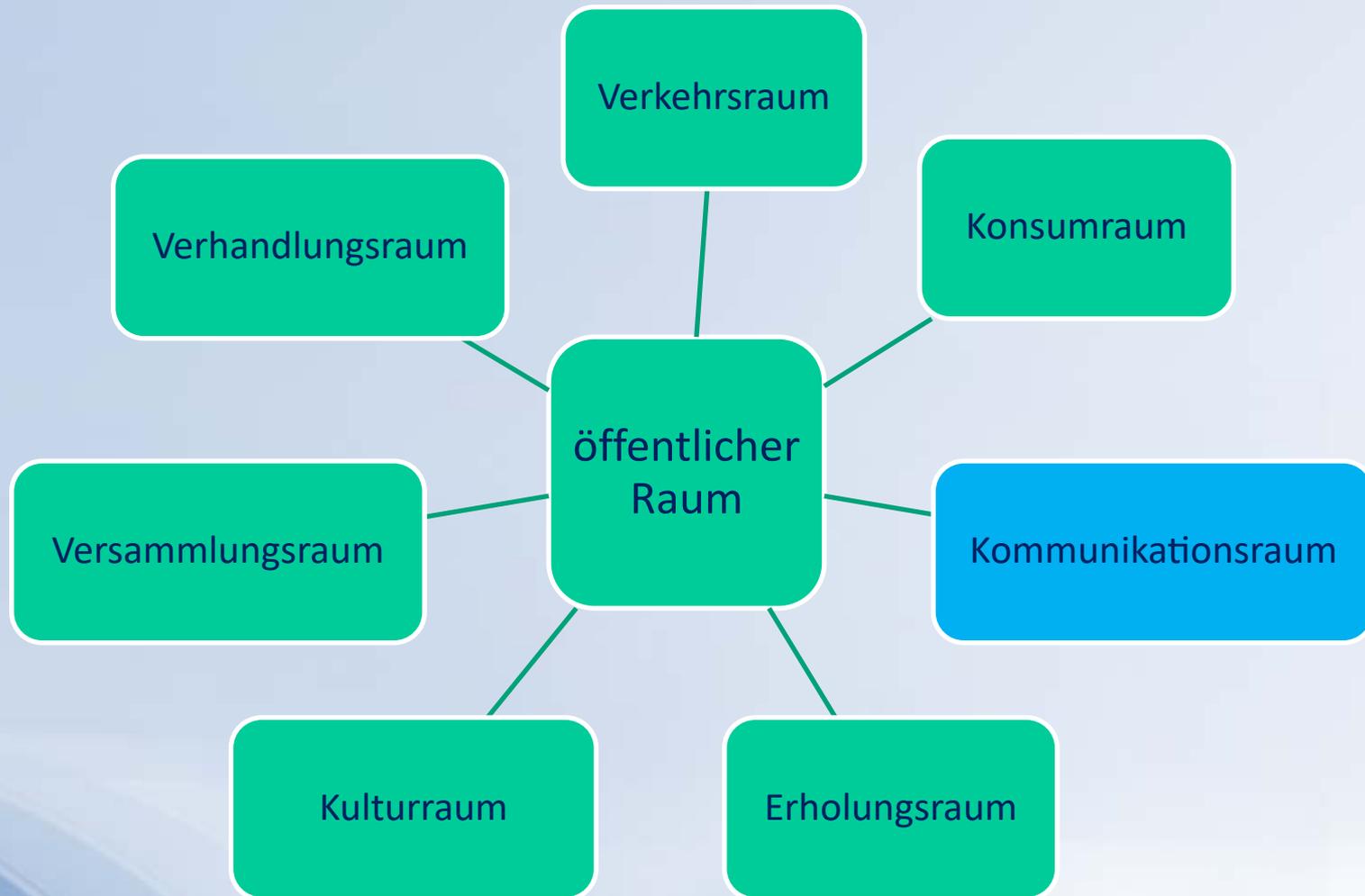
# Was ist der öffentliche Raum?

- öffentlicher Raum als Voraussetzung für städtisches Leben
- Spiegelung des Verhältnisses zwischen Individuum und Gesellschaft im öffentlichen Raum
- Möglichkeit, anonym in der Masse zu verschwinden, aber auch, sich mit einer Gruppe zu identifizieren
- Prinzip des öffentlichen Raums: die Begegnung mit Fremden oder Gleichgesinnten
- enge Verknüpfung zwischen dem gebauten öffentlichen Raum und dem sozialen Verhalten der Nutzer\*innen – ein Raum, der sich in ständiger Bewegung befindet und sich durch das Unvorhersehbare auszeichnet

# Was ist der öffentliche Raum?

- zeitgemäßes Verständnis: öffentlicher Raum als Prozess
- Funktion und Nutzung gekoppelt an gesellschaftliche Transformationsprozesse, die wiederum Einfluss auf Wandlung, Wahrnehmung und Gebrauch des Raums nehmen
- öffentlicher Raum erst durch das Verhalten der Menschen, die ihn figurativ bilden, räumlich konkret, d.h. der sich erst in dem Aufeinandertreffen unterschiedlicher Menschen, Praktiken und Meinungen herstellt
- öffentliche Räume → multifunktional

# Welche Funktionen hat der öffentliche Raum?



# Welche Funktionen hat der öffentliche Raum?

Verhandlungsraum → politische Besetzung von öffentlichen Räumen  
(Ort für gesellschaftliche Aushandlungsprozesse)



# Welche Funktionen hat der öffentliche Raum?

**Konsumraum** → öffentlicher Raum als Werbefläche; privatisierte Shopping Mall mit Hausrecht im öffentlichen Raum (z. B. Flughafen)



# Welche Funktionen hat der öffentliche Raum?

Versammlungsraum → öffentlicher Raum der Begegnung

Verkehrsraum → öffentlicher Raum der Mobilität (z. B. ÖPNV)



# Welche Funktionen hat der öffentliche Raum?

**Erholungsraum** → öffentlicher, vor allem Stadtraum, der zur Entspannung und zum Vergnügen genutzt wird (z. B. Parkanlagen, Märkte, Kinos)

**Kulturraum** → öffentlicher Raum als Ort kultureller Präsentation (z. B. Skulpturen, Museen) und des kulturellen Austausches



# Welche Funktionen hat der öffentliche Raum?

**Kommunikationsraum** → „Das Individuum bespielt die Bühne des öffentlichen Raumes. Allerdings ist die Bedingung für das Bühnenauftreten ein urbanes oder ziviles Verhalten. Dieses urbane Verhalten im Sinne Sennetts beschreibt Normen und Moralverständnis und ist von der Gemeinschaft geprägt. Das zivile Verhalten ist freiwillig und seine Ausführung dem Individuum selbst überlassen. Allerdings ist es Voraussetzung, um im Rahmen des öffentlichen Raumes zu interagieren. [...] Was das Individuum daraus für sich und die Gemeinschaft macht, liegt in seiner Verantwortung. [...] Kommunikation im öffentlichen Raum hat immer eine gesellschaftliche Bedeutung. Gerade durch die im öffentlichen Raum stattfindende Kommunikation und Interaktion definiert und ordnet sich die Gesellschaft.“

Lisa Hartmann (2018): *Kommunikation & Gemeinschaft im öffentlichen Raum*. In: <https://journal-kk.de/lisa-hartmann-kommunikation-gemeinschaft-im-oeffentlichen-raum/> (03.02.2021)

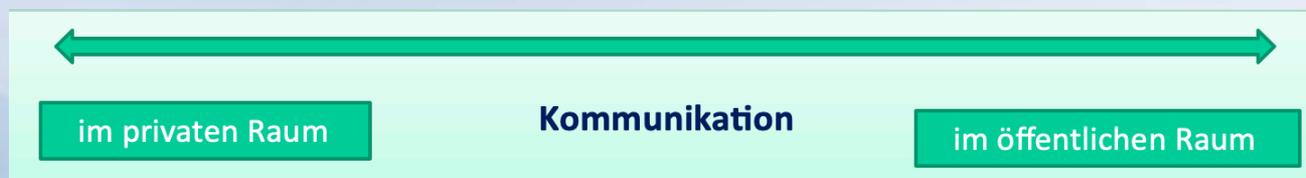
# Welchen Prinzipien folgt der öffentliche Raum?

- zentrales Versprechen öffentlicher Räume = freier Zugang für alle
- öffentlicher Raum schon immer als besonderer Raum aufgefasst
- Merkmal des Gemeinschaftlichen, von Kollektiven getragen – nie „alle“ gleichermaßen Teil eines solchen Kollektivs → Vielmehr handelt es sich immer um Teilöffentlichkeiten, an denen einige beteiligt und von denen andere ausgegrenzt werden.



# Welchen Prinzipien folgt der öffentliche Raum?

- heute zunehmend schwieriger zu unterscheiden, was privater und was öffentlicher Raum ist: sowohl die Formen als auch die Funktionen mischen sich (Der Bahnhof – ein paradigmatischer öffentlicher Verkehrsraum – wird zur privatisierten Shopping Mall mit Hausrecht.) → dadurch ...
- ... zunehmende Überlagerung von öffentlichen und privaten Räumen, z.B. privat geführte Telefonate im öffentlichen Raum als freiwillig praktizierte, freizügige, private Handlungen → die Grenzen von öffentlichem Raum und halbprivatem und privatem Raum verschwinden in der Wahrnehmungsrealität
- öffentliche und private Räume in vier Dimensionen voneinander unterscheidbar: funktional, juristisch, sozial und baulich/symbolisch.



# Welche Bedeutung hat der öffentliche Raum für die Kommunikation?

- Kennzeichnung des öffentlichen Raumes durch in der Regel nur flüchtige Begegnungen mit Unbekannten
- Existenz bestimmter Kommunikationsregeln (z. B. soziale Mechanismen wie höfliche Gleichgültigkeit, Reserviertheit, Zivilisiertheit) und Notwendigkeit der permanenten Neuverhandlung dieser bei der mobilen Kommunikation über Medien in Bezug auf öffentliche und private Räume
- der öffentliche Raum als Ort des Sehens und Gesehenwerdens, als sozialer Raum, an dem man wahrgenommen wird

# Welche Bedeutung hat der öffentliche Raum für die Kommunikation?

- jederzeit Möglichkeit des Hinzukommens anderer Personen → Verlust der vollständigen Kontrolle über das Wahrgenommen-Werden im öffentlichen Raum (Wer nimmt wann wie wen/was wahr?)
- damit Entstehung einer Wahrnehmungswahrnehmung nicht nur für die Face-to-Face-Situation, sondern durch die bloße Vorstellung, dass ein nicht anwesender Dritter im öffentlichen Raum jederzeit auftauchen kann → Auswirkung auf das kommunikative Verhalten im öffentlichen Raum

# Mögliche Indikatoren für Kommunikation im öffentlichen Raum – ein Versuch

- wenige Kommunikationsteilnehmer\*innen
- Kommunikation als Privatperson(en)
- hoher Bekanntheitsgrad der Kommunikationsteilnehmer\*innen
- geringe (auch mediale) Zugänglichkeit der Kommunikation für Dritte
- keine Beobachtung
- geringere Relevanz von allgemeinen Kommunikations- und Höflichkeitsregeln
- Vertrautheit der Kommunikationspartner\*innen
- viele Kommunikationsteilnehmer\*innen
- als Amtsträger oder in (öffentlicher) Rolle kommunizierend
- niedriger Bekanntheitsgrad der Kommunikationsteilnehmer\*innen
- hohe (auch mediale) Zugänglichkeit der Kommunikation für Dritte
- aktive Kommunikationsteilnehmer\*innen haben Bewusstsein für Beobachtetsein (Anpassung des Kommunikationsverhaltens)
- höhere Relevanz von allgemeinen Kommunikationsregeln und Höflichkeitsnormen
- höhere Wahrscheinlichkeit zu Fremdheit der Kommunikationspartner\*innen



## Quellen:

- Brendgens, Guido (2005): *Vom Verlust des öffentlichen Raumes. Simulierte Öffentlichkeit in Zeiten des Neoliberalismus*. In: Utopie kreativ 182/2005, S. 1088–1097.
- Lisa Hartmann (2018): *Kommunikation & Gemeinschaft im öffentlichen Raum*. In: [https://journal-  
kk.de/lisa-hartmann-kommunikation-gemeinschaft-im-oeffentlichen-raum/](https://journal-kk.de/lisa-hartmann-kommunikation-gemeinschaft-im-oeffentlichen-raum/) (03.02.2021)
- Reicher, Christa/Kemme, Thomas / RHA (Hrsg., 2009): *Der öffentliche Raum*. Berlin.
- Roll, Julia (2017): *Kommunikation im öffentlichen Raum. Aufmerksamkeit und Mediennutzung*. Wiesbaden.
- Ruhne, Renate (2003). *Raum, Macht, Geschlecht. Zur Soziologie eines Wirkungsgefüges am Beispiel von (Un)Sicherheiten im öffentlichen Raum*. Opladen.
- Sennett, Richard (1993): *Verfall und Ende des öffentlichen Lebens. Die Tyrannei der Intimität*. Frankfurt am Main.
- Siebel, Walter (2006): *Vom Wandel des öffentlichen Raumes*. In: Wehrheim, Jan (Hrsg.): *Shopping Malls. Interdisziplinäre Betrachtungen eines neuen Raumtyps*. Berlin, S. 77–94.
- Wildner, Kathrin; Berger, Hilke Marit (2018): *Das Prinzip des öffentlichen Raums*. In: <https://www.bpb.de/politik/innenpolitik/stadt-und-gesellschaft/216873/prinzip-des-oeffentlichen-raums> (04.02.2021)

Bildquellen: taken by A.L.