

Public Relations

Theorie und Systematik

von

Dr. Carl Hundhausen

Prof. an der Technischen Hochschule Aachen



Sammlung Göschen Band 1233

Walter de Gruyter & Co. · Berlin 1969

vormals G. J. Göschen'sche Verlagshandlung - J. Guttentag,
Verlagsbuchhandlung - Georg Reimer - Karl J. Trübner - Veit & Comp.



Copyright 1969 by Walter de Gruyter & Co., vormals G. J. Göschen'sche
Verlagshandlung - J. Guttentag, Verlagsbuchhandlung - Georg Reimer
Karl J. Trübner - Veit & Comp., Berlin - Alle Rechte, einschl. der
Rechte der Herstellung von Photokopien und Mikrofilmen, vom Verlag
vorbehalten. — Archiv-Nr. 7 50 06 92

Satz und Druck: Saladruck, Berlin 36. — Printed in Germany.

Inhalt

A. Analyse des Phänomens „Public Relations“	5
I. Die Gesellschaft der Gegenwart in Beispielen	5
1. Krankenpflege in weitestem Umfange	6
2. Kirchen und Religionsgemeinschaften	7
3. Säkularisierung einer Synagoge	7
4. Museen	8
5. Rohstoff Kohle	9
6. Anlage von Ersparnissen in Wertpapieren	10
7. Weltraumforschung	11
8. Messen und Ausstellungen	12
II. Über Öffentlichkeit, öffentliches Interesse und öffentliche Meinung	14
III. Über Beziehungen zwischen Menschen	20
IV. Über Situationen und Umweltbedingungen als Nährboden von Meinungen	22
B. Public Relations als soziale Prozesse	26
I. Statik und Dynamik in Public Relations-Prozessen	27
II. Tendenzen in Public Relations-Prozessen	29
C. Modell-Situationen und die Elemente in Public Relations- Prozessen	30
I. Umweltsituationen als Ursachen von Public Relations- Prozessen	31
1. Umweltsituation bei der Säkularisierung einer Synagoge	31
2. Umweltsituation bei Eintritt des Strukturwandels in der seit Jahrhunderten fast unveränderten Energieversorgung	33
II. Der Initiator als der Verursacher in Public Relations- Prozessen	35
III. Die Zielpersonen oder die Zielgruppen in Public Relations-Prozessen	39
IV. Die Interessen des Initiators in Public Relations- Prozessen	41
V. Die Interessen der Öffentlichkeit in Public Relations- Prozessen	43
VI. Die Elemente in Public Relations-Prozessen	46

<i>D. Strategie und Taktik in Public Relations-Prozessen . . .</i>	48
I. Über einige Unterschiede zwischen Strategie und Taktik in Public Relations-Prozessen	49
II. Die eigene Aktivität des Initiators	50
III. Die Anwälte für den Initiator und für seine Bemühungen	53
IV. Die Plattformen für den Initiator	57
V. Die Resonanz der eigenen Aktivität des Initiators	59
<i>E. Einige Leitsätze zu Public Relations-Prozessen . . .</i>	60
I. Leitsätze zur Ausgangssituation bei Public Relations-Prozessen	62
II. Leitsätze für den Initiator von Public Relations-Prozessen	62
III. Leitsätze zur Öffentlichkeit in Public Relations-Prozessen	64
IV. Leitsätze zu den verschiedenen Interessen in Public Relations-Prozessen	65
V. Leitsätze zu Informationen in Public Relations-Prozessen	66
VI. Leitsätze zu Methoden und Zielen in Public Relations-Prozessen	67
<i>F. Das Instrumentarium für Public Relations-Prozesse . . .</i>	70
I. Das gesprochene Wort in Public Relations-Prozessen	72
II. Das gedruckte Wort in Public Relations-Prozessen	88
III. Bild- und Ton-Archive in Public Relations-Prozessen	117
IV. Anschläge in Public Relations-Prozessen	119
V. Aktionen in Public Relations-Prozessen	121
VI. Grundlagen eines Instrumentariums für Public Relations-Prozesse	123
<i>G. Konsequenzen aus Public Relations-Prozessen</i>	124
<i>H. Die Funktionen der Werbung in Public Relations-Prozessen</i>	125
<i>J. Über einige Unterschiede zwischen Public Relations, Wirtschaftswerbung und Propaganda</i>	126
<i>K. Möglichkeiten und Grenzen der Anwendung von Theorie und Systematik der Public Relations</i>	138
<i>Namenverzeichnis</i>	149
<i>Stichwortverzeichnis</i>	151

A. Analyse des Phänomens „Public Relations“

Eine Analyse des Phänomens Public Relations erfordert in ihrer Anlage und Durchführung vier Diagonalschnitte:

- durch die Gesellschaft, in der wir leben;
- durch die Teile dieser Gesellschaft, die wir „Öffentlichkeit“ nennen;
- durch die Prozesse zwischen Menschen, die das Leben in diesen Teilen der Gesellschaft bestimmen und
- durch die Phasen und Situationen menschlichen Zusammenlebens, die für die Entstehung solcher zwischenmenschlichen Prozesse den Nährboden abgeben.

I. Die Gesellschaft der Gegenwart in Beispielen

Um einen Ansatz zu dieser Analyse zu finden, ist es notwendig, daß eine Vorstellung gewonnen wird von der Struktur der Gesellschaft der Gegenwart, in der wir das Phänomen „Public Relations“ wahrnehmen.

Da das Bild der Gesellschaft, in der wir leben, in einer totalen Draufsicht — wenn diese überhaupt möglich wäre — völlig verwirrend sein würde, ist es zweckmäßig, zunächst einmal einzelne Teile dieser Gesellschaft in Querschnitten zu betrachten. Auf diese Teilausschnitte soll bei dem Versuch, das Phänomen „Public Relations“ zu analysieren, laufend Bezug genommen werden. Es handelt sich um folgende Beispiele oder um Ausschnitte aus der Grundgesamtheit der Gesellschaft der Gegenwart:

1. Krankenpflege in weitestem Umfange;
2. Kirchen und Religionsgemeinschaften;
3. Säkularisierung einer Synagoge;
4. Museen;
5. Rohstoff „Kohle“;
6. Anlage von Ersparnissen in Wertpapieren;

7. Weltraumforschung;
8. Messen und Ausstellungen;

Das sind willkürlich gewählte, völlig heterogene Ausschnitte oder Teile aus unserer Gesellschaft. Hierauf wird durchgehend bei weiteren Bezugnahmen mit „Beispiel 1“, „Beispiel 2“ usw. verwiesen.

1. Krankenpflege in weitestem Umfange

Die Krankenpflege insgesamt geht jeden einzelnen Menschen persönlich an, denn jeder wird einmal krank. Der Mensch braucht die sorgende Hand der Krankenpflege von der Wiege bis zum Grabe. Die Krankenpflegerinnen und die Krankenpfleger bemühen sich um die Anerkennung ihrer Berufstätigkeit, die sehr viele von ihnen aus großem Idealismus im Dienste der Menschen ausüben. Die in der Krankenpflege tätigen Menschen sind eine sehr stark gegliederte Gruppe von Menschen, die zu anderen Berufsgruppen durchaus enge Beziehungen haben: zu der Gruppe der Ärzte, die sich wieder gliedert in Chefärzte, Oberärzte, Assistenzärzte; zu den Patienten, für die aus einer gesundheitlichen Not heraus die Hilfe der Krankenpflege notwendig ist; zu den Verwaltungen der Institute, in denen das Pflegepersonal tätig ist; mehr oder weniger direkt wirken hier auch mit die Hersteller von Medikamenten, Einrichtungen und Hilfsmitteln. Ärzte und Krankenschwestern treffen sich zu wissenschaftlichen Fachkongressen oder aus berufspolitischen Anlässen; die Krankenschwestern unterhalten enge Verbindung zu ihren Mutterhäusern und die Ärzte unterhalten enge Verbindungen zu den Kliniken der Universitäten und Anstalten, an denen sie tätig gewesen sind. Diese skizzenhaften Ausschnitte aus einem großen Feld der beruflichen Betätigung, die im echten Sinne eine Dienstleistungstätigkeit ist, zeigen, daß der Berufsstand der Krankenpflege mit der Gesellschaft der

Gegenwart auf die vielfältigste Weise verzahnt und verflochten ist.

2. Kirchen und Religionsgemeinschaften

Es läßt sich nur bedingt davon sprechen, daß die Kirchen und Religionsgemeinschaften Teile der Gesellschaft der Gegenwart sind. In großen geschlossenen Gebieten dieser Erde werden die Menschen von den dort herrschenden Religionsvorstellungen so ausgefüllt, daß für andere Einflüsse kein Raum mehr bleibt. In einzelnen Bereichen haben diese Vorstellungen sogar den Charakter von Staatsreligionen. Bei den großen christlichen Religionen haben wir Bereiche, in denen die verschiedenen orthodoxen Kirchen auch zu geschlossenen Gruppenbildungen geführt haben. Wir haben aber auch bei der römisch-katholischen Kirche Einflußbereiche von außerordentlicher Tiefe, und seit der Reformation haben wir auch beim Protestantismus weite Gebiete, in denen sich die dort lebenden Menschen in einheitlichen Anschauungen begegnen und in denen sich kaum Berührungen mit bestimmten sozialen Erscheinungen der Gesellschaft der Gegenwart zeigen. Von diesem Festigkeitskomplex unterscheiden sich weitverzweigte sektiererische Bewegungen, die in sich sehr lebensstarke Gruppen bilden können.

Am Beispiel der Kirchen und Religionsgemeinschaften ist leicht deutlich zu machen, daß unsere moderne Gesellschaft in Gruppen von mehr oder weniger starker Kohäsion aufgeteilt ist. In anderen Bereichen ist die Tendenz zur Vergruppung der Menschen (von Wiese) weniger deutlich nachzuweisen, als es bei Kirchen und Religionsgemeinschaften der Fall ist.

3. Säkularisierung einer Synagoge

Es war die Aufgabe zu lösen, für eine geschändete Synagoge, die als ragender Baukörper in einer Großstadt die be-

sondere Aufmerksamkeit der Denkmalpflege erhielt, einen anderen geeigneten Zweck zu finden. Die Wünsche einer pädagogisch-volksbildenden Sammlung gut geformter Industrie-Erzeugnisse nach einem neuen Domizil wurden bekannt. Um die Zusammenführung beider Interessen — wie die ersten Analysen zeigten — waren bemüht: (1) die jüdische Kultusgemeinde der betreffenden Großstadt, die Landesverbände der jüdischen Kultusgemeinden und der Zentralrat der Juden in Deutschland. Es waren weiter daran interessiert (2) die Verwaltung der Stadt, in der sich die Synagoge befand, die Landesbehörden mit dem Kultusminister und dem Landeskonservator, (3) die Aussteller — deren Erzeugnisse in Zukunft in der umgebauten früheren Synagoge gezeigt werden sollten — und (4) der gemeinnützige Verein als Träger dieser Veranstaltung selbst. Auch hier haben wir eine große Zahl von öffentlichen Stellen, Verwaltungsstellen, Religionsgemeinschaften und die Einflüsse der „Gesellschaft für christlich-jüdische Zusammenarbeit“, der Industrieunternehmungen, die sich zwar an einer gemeinnützig-kulturellen Aufgabe beteiligten, die aber doch auch gewisse kommerzielle Rücksichten zu nehmen hatten. Auch hier haben wir — wie in den beiden bisherigen Beispielen — eine Vielzahl ganz heterogener Gruppen und genauso heterogener Interessen, die auf das Ziel, einen Schandfleck auszulöschen, ausgerichtet waren.

4. Museen

Museen sind volkspädagogische Einrichtungen, die aus öffentlichen Mitteln unterhalten werden. Je nach der Auffassung des leitenden Direktors haben museumspädagogische oder museumswissenschaftliche Interessen das Übergewicht. Es ist leicht zu erkennen, daß unter dem Einfluß der UNESCO starke Einflüsse ausgelöst worden sind, die Museen zu „entmythologisieren“, wie sich der Generaldirektor des „Germa-

nischen Nationalmuseums in Nürnberg“, Erich Steingräber, ausgedrückt hat (Welt, 5. April 1968).

Wenn nun — um ein Beispiel zu nennen — wie von der Kunsthalle in Recklinghausen, vor dem Festspielhaus der Ruhrfestspiele eine große Plastik von Henry Moore aufgestellt wird, für die die Mittel zum Ankauf noch nicht aufgebracht waren, dann werden in dem Teil Gesellschaft, der sich für Probleme der modernen Kunst und ihre Ausstrahlungen auf andere Bereiche der Gesellschaft der Gegenwart interessiert, Diskussionen ausgelöst, in die einzelne sachinteressierte Menschen, Vertreter von Stadtverwaltungen, Vertreter der Gewerkschaften, die ja die Ruhrfestspiele im wesentlichen mittragen, bis zu Vertretern der Kultusministerien, der Verwaltungsräte des Rundfunks, die wegen Teilfinanzierung angesprochen wurden, bis zur nationalen und internationalen Kunst- und Theaterkritik, einbezogen werden. Nicht nur an der Aufgabe eines einzelnen Museums, sondern auch an bestimmten Entscheidungen eines einzelnen Museums können sich Diskussionen entzünden, die weit über den Rahmen ihres Ursprungs hinausgehen, die aber aus wesentlichen Veränderungen von Umweltbedingungen eine neue Ursprungssituation schaffen, wodurch dann weite Teile der Gesellschaft mit einbezogen werden.

5. Rohstoff „Kohle“

Welche Ursachen auch immer zu der Krise im Steinkohlenbergbau geführt haben mögen, diese Krise hat weite Teile unserer Gesellschaft berührt, die Bergleute unter und über Tage, die Gemeinden, in denen sich Schachtanlagen befanden oder noch befinden, insbesondere aber diejenigen Gemeinden, die von der Stilllegung von Schachtanlagen betroffen wurden, die Landesplaner, die für Kreise, Gemeindeverbände und für die betroffenen Länder Überlegungen der Umstrukturierung

anzustellen hatten, bis zu den Wirtschafts- und Finanzministern und den Ministerpräsidenten der Länder und des Bundes. Um für alte, nicht mehr umschulungsfähige Bergleute Lösungen zu finden, die nicht den Charakter der Caritas hatten, haben sich Persönlichkeiten der Religionsgemeinschaften und der Gewerkschaften für die Errichtung entsprechender Einrichtungen eingesetzt. Die Landesparlamente und der Bundestag haben sich immer wieder mit dem Problem der Kohlenreviere zu beschäftigen gehabt.

Die Situation der Steinkohlenreviere könnte so etwas wie eine Modellsituation abgeben, um zu zeigen, wie sich aus bestimmten Phasen der Veränderungen in den Umweltbedingungen heraus Teile der Öffentlichkeit zusammenschließen, aber auch, wie sich Teile der Öffentlichkeit aus reinen Privatinteressen heraus vernünftigen Regelungen solange widersetzen, bis daß nur noch weittragende Folgen abzuwenden bleiben. Gruppenbildungen der verschiedensten Art, verursacht durch die verschiedensten Situationen und gefördert aus den verschiedensten Interessen, sind das Charakteristikum von sozialen Prozessen, die die Krise im Steinkohlenbergbau aufgelöst hat.

6. Anlage von Ersparnissen in Wertpapieren

Der Wunsch, auch einfacheren Menschen die Bildung von Sparkapital oder den Besitz sogar von Vermögen zu ermöglichen, ist nicht nur von einer Seite geäußert worden, auch die Gesetzgeber haben diesem Wunsch ein williges Ohr geliehen.

Durch die Teilprivatisierung von bundeseigenem Besitz, durch die Einführung von Aktien mit einem Nominalwert von nur 50,— DM, durch das Aufkommen von Investment-Trusts ist die konservative Haltung der Banken in Deutschland völlig verändert worden. Entgegen einer Berufsauffassung, wie noch lange nach der Währungsreform erkennbar, wird

der Sparer oder Kapitalanleger heute mit einer Flut von Werbematerial der verschiedensten Art überschüttet, um ihn zu veranlassen, verfügbares Geld in der einen oder anderen Form von Wertpapieren anzulegen oder um Kredite aufzunehmen, die für die Gelddarleiher ein Zinsgeschäft sind.

Dieses Konzert von Bemühungen wird nicht nur gefördert von Banken, Sparkassen und Kreditinstituten aller Art; es wird besonders angeregt durch ausländische Kapitalgesellschaften, die sich mit ganzseitigen Inseraten vorstellen, und es wird besonders gefördert durch Institutionen der Gemeinschaftswerbung für Aktien, für Pfandbriefe, für Anleihen des Bundes oder der Länder, vor allem aber für die Anteilscheine an sog. Fonds. Weiteste Kreise haben es inzwischen gelernt, Börsenkurszettel zu lesen und sich selbst ein Urteil zu bilden über die Möglichkeiten einer spekulativen Anlage von Geld, in der Hoffnung, die gekauften Effekten zu einem höheren Kurs wieder loszuwerden. Der Teil unserer Gesellschaft, der von diesen Vorgängen geradezu ergriffen und von der Börsentendenz fasziniert ist, läßt sich nicht mehr nach Gruppen ordnen, obwohl sich auch hier auf Seiten der Kapitalanleger kleine Risikogemeinschaften gebildet haben, wie es die Wettgemeinschaften bei Toto und Lotto sind.

7. Weltraumforschung

Jemand, der behauptet, daß die Weltraumforschung Nutzen für jedermann bringt, wird heute noch belächelt, weil der Wettlauf zum Mond bisher gedeutet wurde als der Wettlauf um die Beherrschung des Weltraumes oder zur Manifestation machtpolitischer Aspirationen. Die Weltraumforschung ist eine hochtechnische Angelegenheit, die zu begreifen nur einer Elite von Fachwissenschaftlern möglich ist. Dennoch aber zeigt die Weltraumforschung in den Bereichen der Biologie, der Medizin, der Elektrizität, der Elektronik, des

Maschinenbaus und in den Bereichen der Werkstoffe Auswirkungen, die „jedermann“ einmal nützen werden.

Wenn auch der Kreis derjenigen, die mit der Strahlentherapie, den sinnes-physiologischen Untersuchungen bei Gewichtlosigkeit, den ernährungsphysiologischen Ergebnissen aus Analysen lang dauernder Raumfahrten und den Ergebnissen der Miniaturisierung oder der Molekular-Elektronik in Verbindung kommen, noch sehr klein ist, im Bereich des Maschinenbaus und in den Bereichen der Werkstoffe liegen die Ergebnisse — wenn nicht schon für jedermann — doch für sehr viele Bereiche auf der Hand. Auch hier, in einer hochtechnisierten Welt, die ein Charakteristikum für die Gesellschaft der Gegenwart ist, haben wir Erscheinungsformen und Wirklichkeiten geschaffen, die unser Weltbild völlig verändern. Nur die sehr technischen Bezeichnungen wie Kybernetik und Computer genügen, um zu zeigen, wie durch eine Elite von Gruppen Ursachen und Situationen geschaffen und gefördert werden, die andere Teile unserer Gesellschaft verwirren, verändern, auflösen oder neu zusammenfügen.

8. Messen und Ausstellungen

Messen und Ausstellungen mit Messecharakter sind Märkte. Hanns *Linhardt* definiert den „Markt“ wie folgt: „In ökonomischer Betrachtung ist der Markt diejenige ständige Tauschorganisation, bei der sich Angebot und Nachfrage treffen.“

Messen und Ausstellungen mit Messecharakter als Märkte sind keine natürlichen Gebilde wie etwa der Vorgang eines Naturaltausches zwischen zwei Bauern, Fischern oder Handwerkern wie in der Frühzeit des Wirtschaftens. Es handelt sich um künstliche und organisatorische Gebilde, die zum Zwecke der Begegnung von Angebot und Nachfrage geschaffen werden. Ob diese Veranstaltungen zu bestimmten

Terminen, an bestimmten Orten, für bestimmte Wirtschaftszweige oder nur für bestimmte Besucher organisiert werden, ist für diese Analyse unerheblich.

Hierfür ist wichtig, daß die Initiatoren (1) eigens für diesen Zweck geschaffene Organisationen oder (2) bereits bestehende Organisationen (wie Messegesellschaften) sind. An den Messegesellschaften ist die „öffentliche Hand“ (Städte, Kreise, Landesregierungen u. a.) beteiligt, die durch ihre Vertreter in den Führungsgremien (Vorstand, Aufsichtsrat) ihren Einfluß ausüben. Die Aussteller könnten fast auch zu den Initiatoren gerechnet werden, denn sie haben entscheidenden Anteil an der Gestaltung einer Messe. Sie sind aber für die eigentlichen Initiatoren (Messegesellschaften) die Zielgruppen.

Die Besucher von Messen sind der Teil des Universums Öffentlichkeit, auf die sich die vereinte Initiative der Veranstalter und der Aussteller richten.

Diese acht Beispiele ließen sich um ein Vielfaches vermehren. Sie genügen aber, um die Gesellschaft der Gegenwart, in der wir leben, zu charakterisieren. Die Gesellschaft der Gegenwart ist gekennzeichnet durch ein außerordentliches Maß von Gruppenbildungen. Diese Gruppenbildungen zeichnen sich aus durch die verschiedensten heterogenen, von einander abweichenden, gegeneinander gerichteten oder miteinander strebenden Interessen. Diese Interessen, die sich in den verschiedensten Formen manifestieren, zeichnen sich weiter dadurch aus, daß sie gleichzeitig auftreten, gleichgültig, ob es sich um die Interessen von Kirchen oder Weltraumforschern, Museumsleitern oder Bergleuten handelt. Diese unterschiedlichen Interessen haben teilweise den Charakter von lebenswichtigen Existentialinteressen, aber auch den Charakter von loser Interessennahme rein gesellschaftlicher Art. Der Hinweis auf die Krise im Steinkohlenbergbau genügt, um zu zeigen, daß es jahrelang — in diesem

Fall länger als ein Jahrzehnt — gedauert hat, bis die miteinander ringenden Interessen einen Ausgleich erkennen lassen.

Die immer wieder neu heraufkommenden Verschiebungen der Umweltbedingungen, die dadurch immer wieder neu heraufbeschworenen Situationen für immer wieder neu sich abwechselnde Interessen-Bereiche sind das Wesensmerkmal unserer Gegenwart.

Ein weiteres Wesensmerkmal der Gesellschaft unserer Gegenwart ist darin zu sehen, daß sich all das, was durch diese acht Modellbeispiele nur skizzenhaft angerissen wurde, nicht mehr in engen privaten Zirkeln vollzieht. Bei der Gründung der Ostindischen Kompanie, als einer bewußten Risiko-Gemeinschaft, konnte man noch der Meinung sein, daß die bewußte Übernahme des Risikos einer Seefahrt über ferne, unbekannte Meere eine Risiko- und Gefahrengemeinschaft sei, mit der niemand sonst als nur die Mitglieder dieser Risiko-Gemeinschaft etwas zu tun haben. Heute aber, wo das Gesicht unserer Industriegesellschaft oder Massengesellschaft oder pluralistischen Gesellschaft dadurch gekennzeichnet ist, daß wir zu immer größeren Gruppen, Parteien, Organisationen, Unternehmungen, Verbänden oder einfach gesagt, zu immer größeren Gruppierungen drängen, kann nicht dabei verharret werden, daß sich nach Überschreiten einer gewissen Grenze wichtige Entscheidungen nur in einem privaten Raume vollziehen. Wir nähern uns damit einem Begriff, der erst vor wenigen Jahrhunderten in unsere Vorstellungswelt eingedrungen ist.

II. Über Öffentlichkeit, öffentliches Interesse und öffentliche Meinung

Zunächst ist das *Adjektiv* „öffentlich“ zu erklären. Dieses Eigenschaftswort finden wir schon im Mittelhochdeutschen als

„öffentlich“ und im Althochdeutschen als „offanlih“; im Angelsächsischen haben wir es als „openlic“.

Der Gleitlaut „t“ (wie in öffentlich), der den Übergang von „n“ auf „l“ erleichtert, erscheint im Mittelhochdeutschen bereits um 1300, — im Oberdeutschen erst nach 1475 neben dem vorherrschenden „offenlich“, das in hochalemannischen Handschriften bis über die frühneuhochdeutsche Zeit hinaus häufig bleibt. Früher bedeutete „öffentlich“ (wie offenbar), daß etwas bekannt ist. Im Neuhochdeutschen hat es den Sinn entwickelt, daß etwas dazu bestimmt ist, bekannt zu sein oder daß das Bekanntsein nicht verhindert wird. Als Übersetzung vom lateinischen „publicus“ ist „öffentlich“, der Gemeinde, dem Staat angehörig oder darauf bezüglich geworden (vgl. Etymologisches Wörterbuch der deutschen Sprache von Kluge/Mitzka).

Nach Jacob Grimm und Wilhelm Grimm bedeutet „öffentlich“

1. allgemein verständlich oder bekannt, deutlich, offenbar
2. ohne Rückhalt, aufrichtig
3. *nicht geheim, sondern vor aller Augen seiend und geschehend, so daß es jedermann sehen, hören, lesen und wissen kann*
4. offen, z. B. in öffentliches Gericht, öffentlicher Ort, offener Markt, Platz, Brunnen
5. im Gegensatz zu privat, d. h. nicht für einzelne, sondern für viele oder für das ganze Publikum bestimmt, z. B. der öffentliche Gottesdienst, die öffentliche Audienz, die öffentliche Vorlesung, die öffentliche Aufmerksamkeit, — Neugierde, — Meinung, — Stimme
6. eine große Gesellschaft (Gemeinde), ein Land oder den Staat betreffend, z. B. auf den Staat bezüglich oder von ihm ausgehend oder ihm eigen: Öffentliche Gebäude, öffentliches Amt, — dem Staate dienend, öffentliche Bibliothek, — Schule.

Im 18. Jahrhundert hat sich aus dem Adjektiv „öffentlich“ das Substantiv „Öffentlichkeit“ gebildet.

Jürgen Habermas bezeichnet in seiner ausgezeichneten Analyse „Strukturwandel der Öffentlichkeit“ (Neuwied, 2. Aufl. 1965) die „Öffentlichkeit als eine Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft“, sie ist „nach wie vor ein Organisationsprinzip unserer politischen Ordnung“ (S. 14). In der feudalen Gesellschaft des hohen Mittelalters ist die Öffentlichkeit „als eigener, von der privaten Sphäre geschiedener privater Bereich“ *nicht* nachzuweisen. Die Repräsentation jener Zeit wandelt sich; es entsteht eine „bürgerliche Öffentlichkeit“, zu der nur Privatleute mit Besitz zugelassen sind. Aber auch sie bleiben als Publikum noch intern. Kunstkritik, Literatur- und Theaterkritik fördern die Mündigkeit des Publikums. Drei Jahre nach Ausbruch der französischen Revolution wird das politisch rasonierende Publikum in seiner Funktion öffentlicher Kritik indirekt sanktioniert. Die bürgerliche Öffentlichkeit steht und fällt mit dem Prinzip des allgemeinen Zugangs. Diese „bürgerliche Öffentlichkeit“ hat sich erst im Laufe der Jahrhunderte „erweitert“, sie hat sich gewandelt, und zu diesem „politisch rasonierenden Publikum“ hat schließlich jedermann Zugang (zitiert nach Habermas).

Wir sprechen nicht selten von „Segmenten“ dieser Öffentlichkeit, die wir als Universum oder (in der Sprache der Marktforschung) als Grundgesamtheit ansehen können. Diesen Begriff „Segment“ müssen wir aufgeben, denn die Gruppe der Zielpersonen können wir nicht mit einem Kreissegment oder mit einem durch eine Ebene abgeschnittenen Kugelstück oder mit einem Horizontausschnitt vergleichen. Die mit dem Wort „Segment“ unterstellte Homogenität liegt selten oder nie vor. Es ist besser, nur einfach von einem „Teil“ der Öffentlichkeit zu sprechen, wobei wir jeweils offen lassen, wie sich das Gefüge eines solchen Teiles zusammensetzt.

In einem Essay „The Mass, the Public and Public Opinion“