

PANOPTICON

**DIE ÖFFENTLICHKEIT
DER ELEKTRONISCHEN
VERÖFFENTLICHUNGSMITTEL**

Diplomarbeit Philosophie

**Carsten Möller
Hochschule für Grafik und Buchkunst
Fachbereich Medienkunst / 10. Semester**

Leipzig, den 15.5.2000

Inhaltsverzeichnis

1. Vorbetrachtung	3
2. Mündig und mundtot	5
3. Öffentlichkeit und Privatheit	11
3.1. Öffentlichkeit	11
3.1.1. Öffentlichkeit - Begriff und Geschichte	
3.1.2. Unmittelbare und mittelbare Öffentlichkeit	
3.1.3. Das Publikum	
3.2. Privatheit	20
3.2.1. Privatheit - Begriff und Geschichte	
3.2.2. Die verselbstständigte Wirtschaft	
3.3. res publica und res privata	23
4. Modulation des Moleküls	24
4.1. Die wechselseitige Durchdringung der Sphären	25
4.2. Die privaten Veröffentlichungsmittel	27
4.3. Die mediale Unmittelbarkeit	29
5. Ausblick	30
A. Literaturnachweis	33

1. Vorbetrachtung

Das Thema der vorliegenden Arbeit ergab sich in den letzten Jahren aus meinem eigenen Umgang mit technischen Bildern. Als ich 1991 begann, mit Film und Video zu arbeiten, reizte mich darin zunächst das unentdeckte Ausdrucksmittel: durch Bilder „sprechen“ zu können verhiess, sich eine neue Sphäre persönlichen Ausdrucks zu erschließen.

Mein Ziel war es, Filme herzustellen, die eigene, individuelle Sichtweisen „veröffentlichen“. Genau in diesem subjektiven Medienansatz vermutete ich - wenn durch möglichst viele praktiziert - einen glaubwürdigen Gegenentwurf zu den vermeintlich „objektiven“ Medieninhalten, die für mich auch nach der Wende nichts von ihrer Fragwürdigkeit verloren.¹ Denn bei all den Unterschieden, die zwischen der Funktion von Medien in Ost und West zu machen sind - für mich verband beide ein grundsätzliches Element: Öffentlichkeit wurde - in der BRD ebenso, wie in der DDR - gleichsam von „oben“ hergestellt.

Demgegenüber versprach die subjektive Sichtweise Authentizität und Befreiung von herrschenden Meinungsbildern. Mit glaubwürdigeren Inhalten - so meine Überzeugung - ließe sich auch der Charakter ihrer Vermittlungsstrukturen verändern. Positives Beispiel hierfür waren einige Spezialsendungen des zentralen Jugendrudiosenders „DT64“, denen es bereits vor der Wende partiell gelungen war, tatsächliche Öffentlichkeit herzustellen (indem beispielsweise in diesen Sendungen selbstproduzierte Musik des Publikums gespielt wurde).

Nach der Wende galt es für mich, diese Erfahrung in die Arbeit mit technischen Bildern zu übertragen. Mein primäres Interesse galt dem künstlerischen Dokumentarfilm, der zu einem willkommenen Mittel wurde, sich mit Themen auseinanderzusetzen und darüber hinaus mit anderen in einen dialogischen Austausch zu

¹ Öffentlichkeit war in der DDR Terrain des offiziellen Diskurses, ein durch die Staatsmacht besetzter Bereich. Alle Mittel der Publizität befanden sich in der Hand der Staatsmacht bzw. unter deren Kontrolle. Kritische Auseinandersetzungen fanden somit stets im „privaten“ Kreis (Familie, Freunde) oder im gewohnten Umfeld (Bekannte, Arbeitskollektiv, Kirchengemeinde etc.) statt. Gleichwohl war erkennbar, dass nur eine kritische Öffentlichkeit gesellschaftliche Veränderungen bewirken konnte. Öffentlichkeit war somit ein „besetzter“ und „zu besetzender“ Bereich - diese Erfahrung war für mich prägend. Dementsprechend erlebte ich die „liberalen“ Nachwende-Medien als nicht weniger allgegenwärtig und autoritär - gleichsam als Banner ohne Parolen. So, wie ihnen die vordergründig ideologischen Inhalte fehlten, vermittelten sie zwischen den Zeilen den Eindruck, ihre eigene Ideologie zu sein.

kommen.² Die subjektive Herangehensweise wurde dabei zur schlichten Notwendigkeit. Nur so schien es möglich, dokumentarische Bilder als „Sicht auf ...“ festzuschreiben und nicht als „Realität“ selbst denkbar werden zu lassen.

Im Laufe der bisherigen Arbeit geriet diese Herangehensweise zunehmend in Bedrängnis: nicht, weil deren innere Schwerpunkte (dialogische Kommunikation und Subjektivität) ihre Essenz verloren hätten - die Bedrängnis betraf den äußeren Rahmen, in dem dieser subjektive Bilder(aus)tausch stattfinden sollte: die für Dokumentarfilm relevanten „Veröffentlichungsmittel“ (vor allem Fernsehen, in zweiter Instanz auch Kino) folgten erkennbar anderen Maßgaben, als denen einer „intersubjektiven Kommunikation“.

Zwar galt die Herstellung von Öffentlichkeit noch immer als ihr formuliertes Aufgabengebiet. Doch ebenso flächendeckend, wie sie die Distribution von Informationen garantierten, verhinderten sie vergleichbar breitenwirksam deren Kommunikation. Und - auch das ein verbindendes Element der Medien in Ost und West - auf sie konnte in keiner adäquaten Form zurückgewirkt werden. Ein Mittel zur „Herstellung von Öffentlichkeit“ ließ sich für mich in ihnen deshalb keineswegs ausmachen - am ehesten noch Mittel zur Verhinderung von Öffentlichkeit. Etwas Vergleichbares, wie die Spezialsendungen des früheren DT 64 schien jedenfalls auch unter den neuen Rahmenbedingungen undenkbar. Meine ursprüngliche Hoffnung (wo glaubwürdigere Inhalte kommuniziert werden, würde sich auch der Charakter der Vermittlungsstrukturen ändern) stellte sich somit als illusionär heraus. Das exakte Gegenteil schien der Fall: eher würden es die Inhalte sein, die sich durch die Strukturen ihrer Vermittlung änderten.

Primäres Anliegen der Veröffentlichungsmittel im Osten war es gewesen, mittels der Medien auf die Realität zurückzuwirken. Im Westen schien man hingegen alle Hände voll zu tun zu haben damit, Reales in Mediales zu verwandeln. Desto trivialer die umgewandelten Realitätsaspekte waren, desto massenwirksamer schienen sie sich vermarkten zu lassen. Eine merkwürdige Situation war entstanden: die zunehmende Privatisierung der elektronischen Veröffentlichungsmittel (seit 1984 war sie in der BRD im vollen Gange) bewirkte auch eine sichtbare Veränderung der vermittelten Inhalte. Je uneingeschränkter die Veröffentlichungsmittel von wirtschaftlichen Interessen beherrscht waren, desto distanzloser und aufdring-

² Die dokumentarischen Themen waren selbst „Mittel“ - für „innere“ Dialoge (mit den jeweiligen Protagonisten ebenso wie mit den Co-Autoren) und zugleich für „äußere“ Dialoge (mit den Zuschau-

licher wurden ihre Programme. Mit anderen Worten: mit der wirtschaftlichen „Privatisierung“ der Veröffentlichungsmittel ging eine unübersehbare Tendenz zur Veröffentlichung immer „privaterer“ Inhalte einher.

Der „Veröffentlichung“ von Persönlichem (wie es mein Anliegen war) kam in Anbetracht dieses Phänomens eine neue Bedeutung zu: Authentizität und Nähe erfahren im Veröffentlichungsmittel gleichsam ihre Umkehrung. Ein persönlicher Film konnte in ihren Strukturen genaugenommen nicht mehr sein, als ein weiterer Agent schleichender Veränderung vormalig getrennter Kategorien: öffentlich und privat.

Laut Jürgen Habermas war es gerade die „publikumsbezogene Subjektivität“^[1] (und der von mir formulierte Anspruch wechselseitiger Subjektivität fällt eben in diese Kategorie), die einst der Ausgangspunkt bürgerlicher Öffentlichkeit gewesen ist. Die bestehenden „Veröffentlichungsmittel“ (die durch ihre Strukturen eher die publizierten Inhalte änderten, als ihre Strukturen durch die publizierten Inhalte) waren Erben dieser Öffentlichkeit. Doch inzwischen schienen sie sich verselbstständigt zu haben: wie eine mangelhaft befestigte Schiffsladung hatten sie sich aus ihrer Verankerung gerissen und waren nun am exakt entgegengesetzten Punkt des Schiffdecks angekommen. Nicht mehr aus einem privaten Zusammenhang (Familie) wurde in die Öffentlichkeit (Publikum räsionierender Privatleute) publiziert, sondern aus einem privatisierten öffentlichen Kontext (professionelle Print-, Hörfunk- und TV-Medien) in private Zusammenhänge (Wohnzimmer).

Diese Veränderung interessierte mich, verschwammen hier doch ganz offensichtlich die Grenzen öffentlicher und privater Sphäre; Kategorien, die nichts anderes als die Grundlagen der bürgerlichen Gesellschaft bilden. Und um der vorangegangenen Behauptung („Veröffentlichungsmittel“, die am entgegengesetzten Punkt ihrer früheren Funktion angelangt sind) Plastizität zu verleihen, möchte ich im folgenden Kapitel zunächst die äußeren Enden dieser Entwicklung gegeneinander stellen.

2. Mündig und mundtot

Es zeugt von einer enormen Sprengkraft, die der „Veröffentlichung“ einst zugekommen sein muß, daß Imanuel Kant 1783 das mögliche Ende der selbstver-

ern).

schuldeten Unmündigkeit des Menschen im „öffentlichen Gebrauch der Vernunft“^[2] vermutete. Klar unterschied er zwischen deren öffentlichem und privatem Gebrauch: während die Vernunft im privaten Zusammenhang (in Kants Verständnis: der unmittelbare Arbeits- und Lebensbereich) „öfter sehr enge eingeschränkt sein“^[3] dürfe, müsse sie im öffentlichen Kontext jederzeit frei sein, und „allein [...] Aufklärung unter den Menschen zu Stande bringen“.^[4] Die europäische Aufklärung begründete die Publizität als konstituierendes Prinzip einer neuen, bürgerlichen Gesellschaft. Die Vernunft und ihre, durch „öffentlichen“ Gebrauch freigesetzte Dialektik, muß den Intellektuellen damals als eine Art *Perpetuum mobile* erschienen sein, welches - einmal in Bewegung gesetzt - den Menschen eine unaufhaltsame Reise in die rationale Erkenntnis ihrer Welt ermöglichte.

Kein Zweifel: der Befreiung vom Absolutismus und - der bis dahin alle Lebensbereiche determinierenden - Religion ebnete das Prinzip „Öffentlichkeit“ den Weg; ebenso einer naturwissenschaftlich fundierten Weltanschauung, deren kolossale Folgeveränderungen den weltumspannenden „Turbo-Kapitalismus“^[5] des beginnenden 21. Jahrhunderts überhaupt erst ermöglichten. Doch gerade in dem Punkt, der im Fokus von Kants Interesse gestanden hatte, verwirklichte sich das Prinzip „Öffentlichkeit“ entgegen seiner Idee.

Kant konnte nicht voraussehen, welche grenzenlos neuen Möglichkeiten sich für Unmündigkeit ergeben würden. Ebenso wenig das, was 200 Jahre später für die vermeintlich aufgeklärte Öffentlichkeit von tatsächlichem Interesse sein würde: als am 1. März 2000 die Reality Soap „*Big Brother*“ im deutschen Fernsehen startete, waren über 3,3 Millionen Zuschauer an ihrem „privaten“ Bildschirm live dabei. Unglaublicher noch - ca. 20.000 Menschen (Angabe: RTL2) bewarben sich im Vorfeld dafür, bei der Sendung mitwirken zu dürfen. Prämisse: 100 Tage lang 24 Stunden die eigene „Privatheit“ unter die ununterbrochene Beobachtung der „Öffentlichkeit“ zu stellen. Alle 14 Tage würde einer der Kandidaten vom „kritischen Publikum“ vom Bildschirm gezappt werden. Jenem Kandidat, der den Zuschauern über die 100 Tage am „sympatischsten“ blieb, winkten 250.000 DM Siegerprämie.

Was war geschehen? Was interessierte 3,3 Millionen Zuschauer am Privatleben von 10 Menschen, die sie nie zuvor gesehen hatten? Wie kam es dazu, daß sich 20.000 Menschen freiwillig bereit erklären, 100 Tage in all ihrem Tun „veröffentlicht“ zu werden?

„*Big Brother*“ ist ein überaus spannendes Phänomen. Strategie und Erfolg der *Reality Soap* ermöglichen es, unterschiedliche Aspekte jener folgenreichen Veränderung nachzuzeichnen, die ich im vorangegangenen Abschnitt das „Verschwimmen“ der Kategorien privat und öffentlich nannte. Primärer Schauplatz sind die privatisierten Veröffentlichungsmittel. Doch die Auswirkungen der Veränderung reichen in nahezu alle gesellschaftlichen Bereiche.

Im Zentrum der *Reality Soap* „*Big Brother*“ stehen weder Menschen noch soziales Experiment - im Zentrum der *Reality Soap* steht das Prinzip der Unmündigkeit. In bislang nicht für möglich gehaltener Form gibt „*Big Brother*“ dem Gegenteil dessen Gestalt, was Kant bei Wirksamkeit des Prinzips Öffentlichkeit für „beinahe unausbleiblich“ hielt.

Überschätzte Kant das kritische Potential des „Publikums“? Oder unterschätzte er, wofür es sich tatsächlich interessierte, „wenn man ihm nur die Freiheit läßt“? Alle drei von Kant eingeforderten Voraussetzungen schienen erfüllt zu sein: Freiheit, Publizität, Publikum. Und doch war ganz offensichtlich das Gegenteil eingetreten. Das Gegenteil von Mündigkeit ist Unmündigkeit. Das Gegenteil von Vernunft ist Unvernunft. Das Gegenteil von Aufklärung ist - Enthüllung.³

In welchem ambivalenten Verhältnis Freiheit und Unmündigkeit in privatisierten Veröffentlichungsmitteln stehen, verdeutlicht die legendär gewordene Aussage des früheren RTL-Chefs Dieter Thoma zum veränderten Anspruch „privater“ Programminhalte:

Bei uns sehen die Zuschauer nicht, was sie sehen sollen, sondern was sie sehen wollen.^[6]

Thomas *Bonmot* korrespondiert vortrefflich mit Immanuel Kants Begriff der Unmündigkeit. Schließlich impliziert Unmündigkeit die Existenz eines „Vormunds“. Und dass diese Funktion heute den Veröffentlichungsmitteln zugefallen ist, beweist die Aussage des früheren RTL-Chefs nur zu gut. Wie sonst könnte er sprechen von dem, was die Zuschauer sehen wollen?

Die Veröffentlichungsmittel sind zum Vormund der Gesellschaft geworden. Und das im wortwörtlichen Sinne: denn ein Vormund spricht zu einem, genauso wie er für einen spricht. Der Vormund gibt Menschen Meinungs- und Verhaltensmodelle

³ Möglicherweise als die augenblickliche Entsprechung von Adornos Begriff der „Anti-Aufklärung“

vor, ebenso wie er die Autorität hat, stellvertretend für Menschen zu sprechen. Der Vormund ist der Vermittler zwischen der „Welt“ und dem „Unmündigen“ ebenso wie zwischen dem „Unmündigen“ und der „Welt“. Wie, wenn nicht über Veröffentlichungsmittel, kann sich der Einzelne die „Welt“ noch erschließen? Und wie sonst sollte er sich ohne Veröffentlichungsmittel in dieser „Welt“ noch Gehör verschaffen?

„Unmündigkeit ist das Unvermögen, sich seines Verstandes ohne Leitung eines anderen zu bedienen.“^[7] schrieb Kant 1784 in seinem Aufsatz. Dass es inzwischen keinem Einzelnen mehr möglich ist, sich autonom und also ohne die Hilfe anderer die Welt zu erschließen, könnte als Indiz für das Unzeitgemäße im Kantschen Aufsatz gelten. Doch Kant spricht nicht von Anleitung, er spricht von Leitung. Natürlich gibt es die Diskussionen, dass sich das Fernsehen mittlerweile vom Leit- zum Begleitmedium entwickelt hätte. Aber gerade die Tatsache, dass der Fernseher inzwischen selbst die alltäglichen Arbeiten in der Küche „begleitet“, bestärkt dessen Funktion als - jede Lebenssphäre durchdringendes - Leitmedium der Gesellschaft: 1999 wählten die Deutschen folgerichtig den Fernseher zur wichtigsten technischen Innovation des 20. Jahrhunderts.^[8]

Die Veröffentlichungsmittel trugen maßgeblich dazu bei, dass mit der weltweiten Bündelung von Informationen eine Vorstellung der tatsächlichen Vielschichtigkeit der Zusammenhänge erkennbar wurde. Wo diese Informationsfülle die Wahrnehmung des Einzelnen übersteigt, erhalten sie selbst gottgleiche Autorität. Sie profitieren von der entstandenen Komplexität, in dem sie sie in immer dreisterer Art und Weise vereinfachen.

„*Big Brother*“ könnte somit als selbstironisierender Schlußakkord der Verselbstständigung der Veröffentlichungsmittel gelten. In Wirklichkeit ist es der *Showdown* ihrer „Privatisierung“. Vor allem zwei Dinge lassen sich daraus ablesen. Neben der Konzeption der Sendung und deren mehr als planmäßigen Rezeption durch den unmündigen Zuschauer, dem „alles erscheint, als gehöre es ihm, weil er selber sich nicht gehört“^[9], offenbart im Speziellen die Kritik an „*Big Brother*“ ein noch viel interessanteres Detail: nämlich, dass es keine wirksame Kritik mehr gibt. Zumindest keine, die der „Allianz“ zwischen Sender und Publikum etwas entgegenzusetzen hätte (dem also, was Vilèm Flusser als den „zwischen Bild und Mensch gegenwärtig bestehenden Feedback-Konsensus“^[10] bezeichnet).

Zwei Argumentationslinien der Kritik sind erkennbar, beide greifen gleichermaßen ins Leere: die „medienexterne“ Kritik versucht, der Sender-Zuschauer-Allianz vom moralischen Standpunkt zu begegnen. Dass sie wirkungslos bleibt, ist dem Umstand geschuldet, dass sich alle Beteiligten (Selbstdarsteller, Produzenten, Werbeindustrie, Sender, Publikum) über einen wesentlichen Aspekt einig sind: alle agieren „freiwillig“, keiner handelt gegen seinen eigenen Willen. Die „medienexterne“ Kritik muß also, wenn sie denn Wirkung haben will, die mündigen Beteiligten als „unmündig“ behandeln (in dem sie beispielsweise eine Stunde „Kamera-Freizeit“ verordnet, obwohl sie niemand der tatsächlich Beteiligten will; oder indem sie die Sendung verbietet, was inzwischen folgerichtig gar nicht mehr möglich ist). Das damit verbundene Problem ist evident: wenn man die Beteiligten behandelt, als seien sie nicht fähig, ihre eigene Situation einzuschätzen, greift man auf gleichsam grobe Weise in deren Freiheit ein, wie die Produzenten des Unterhaltungsspektakels.

Die zweite Linie übt sich in „medienimmanenter“ Kritik. Ihre Beweggründe sind mitunter vielleicht nicht weniger grundsätzlich, aber man ist „*up-to-date*“ und clever genug, „*Big Brother*“ nur noch auf dem eigenen Feld anzugreifen: die Sendung sei nicht unterhaltsam genug, die Moderatoren lasch, die Darsteller uninteressant, die Ausstattung geschmacklos etc. Doch auch diese Kritik bleibt wirkungslos, denn es spielt keine Rolle, wie wenig unterhaltsam die Sendung ist, wenn die Wirtschaft-Sender-Zuschauer-Allianz darüber befindet, dass sie die Sendung bewerben, sehen bzw. senden möchte.

„Feedback-Konsensus“ und die Unmöglichkeit der Kritik umreißen die tatsächliche Tragweite des Phänomens „*Big Brother*“. Das, was aus dem Prinzip Öffentlichkeit hervorging, wurde übermächtig und unangreifbar. Die Allianz aus Wirtschaft, Veröffentlichungsmitteln und Zuschauern hat sich verselbstständigt und ist zu einem ambivalenten Bezirk geworden, welcher nunmehr das eigentliche gesellschaftliche Machtzentrum bildet. Keine Instanz ist mehr in der Lage, diesem Interessenkonglomerat wirkungsvoll entgegenzutreten. Auf den Rudimenten der aufklärerischen Idee (Veröffentlichungsmittel zur gesamtgesellschaftlichen Kommunikation) hat sich eine gänzlich eigene Architektur entwickelt. Am ehesten findet sie ihre Entsprechung in jenem Entwurf, den Jeremy Bentham einige Jahre nach Kants Aufsatz in seiner Schrift *Panoptikon* als Vision eines perfekten Gefängnisses vor-

stellte. Michael Winter geht auf diesen Entwurf in seinem Buch „Ende eines Traums - Blick zurück auf das utopische Zeitalter Europas“ ein:

Michael Foucault beschreibt in seinem Buch *Überwachen und Bestrafen* das Benthamsche Panopticon, eine die Gefängnisarchitektur revolutionierende Erfindung, die Foucault als ein „verallgemeinerungsfähiges Funktionsmodell“ versteht, „das die Beziehung der Macht zum Alltagsleben der Menschen definiert“. Das Benthamsche Panopticon ist die „Utopie der perfekten Einsperrung“. [...] Ein kreisrunder, mehrstöckiger Zellentrakt mit der Öffnung aller Zellen zum überdachten Innenhof kann von einem Überwachungsturm aus, der im Mittelpunkt des Kreises steht, vollständig eingesehen werden. [...] Das „Big-Brother-Prinzip“ der modernen Antiutopien tritt hier zum ersten Mal als technische Realisation auf. ^[11]

Die gegenwärtige Struktur der Veröffentlichungs-Allianz (Wirtschaft, Veröffentlichungsmittel, Zuschauer) ist die exakte Umkehrung des Benthamschen *Panopticons*. Dieses Gefängnis bedarf keiner Wächter mehr - es funktioniert strukturbedingt und ohne Zutun. Die Häftlinge sind diszipliniert und sitzen auf dem ihnen zugewiesenen Platz. Nicht sie sind es mehr, die beobachtet werden: die Häftlinge selbst sind die Beobachter geworden. Die Häftlinge bewachen ihren Wachturm. Stumm und staunend beobachten sie, was im gut ausgeleuchteten Wachtum vor sich geht. Sie machen sich selbst nichts mehr vor - sie wollen sich etwas vormachen lassen. Die Realität der anderen ist, was sie in Wirklichkeit interessiert. Sie sind gelangweilt und deshalb neugierig. Und desto realer die Tristesse ihrer eigenen „Zelle“ ist, desto wissbegieriger sind sie auf das reale Leben anderer. Die Häftlinge wollen nicht mehr betrogen werden - sie wollen unterhalten sein. Ohne erkennbaren äußeren Zwang haben sie sich mit ihrem Schicksal arrangiert. Solange das Programm läuft (solange veröffentlicht wird), bewegt sich keiner freiwillig aus seiner Zelle. Von allgemeinem Aufbruch oder Ausbruch keine Spur: Wer ausbricht, so die Gewißheit, verliert seinen Platz am Äther der Welt.

Vom „Big-Brother-Prinzip“ moderner Antiutopien spricht Winter. In seiner Umkehrung ist es zynische Realität geworden. Der Wachtum ist es, der im Rampenlicht steht. Und die Gefängnisdirektion hat alle Hände voll zu tun, für immer neuen Nachschub an immer bedeutungsloseren und stereotypen Spektakeln zu sorgen.

Die Veröffentlichung sollte einst der Aufklärung dienen, im *Panopticon* dient sie der Enthüllung. Monica Lewinsky und Elián González, Regina Zindler und Zlatko

Trpkovski - mit ihrem oder gegen ihr Einverständnis sind sie die Sterne am Firmament der Benthamschen Vollzugsanstalt.

Die von Kant formulierte Hoffnung auf Publizität (zur Aufklärung) und die Perversion der Publizität im *Panopticon* des „*Big Brother*“ (zur Enthüllung) können als exemplarische Antipoden der mittelbaren Öffentlichkeit gelten. Sie beschreiben Anspruch und Realität, Vision und Albtraum, Möglichkeit und *worst case scenario* der Publizität als gesellschaftlichem Prinzip.

Jede Veröffentlichung in der Architektur des *Panopticons* hat eine doppelte Gestalt: es ist ebenso unmöglich sie zu verantworten, wie es unverantwortbar ist, auf sie zu verzichten. Jede Veröffentlichung speist das Programm, welches das mündige Publikum zu mundtoten Zuschauern macht. Augenscheinlich untergräbt die Veröffentlichung damit ihre eigene Basis. In der Architektur des *Panopticons* schafft jede Veröffentlichung gleichzeitig ab, was sie im Grunde schaffen will: die Öffentlichkeit eines mündigen Publikums.

Andererseits kann auf die Veröffentlichung unmöglich verzichten werden. Denn was nicht publiziert wird, ist in der Telegesellschaft gleichermaßen nicht existent. Dieses Paradoxon beschreibt den Kern des Problems, das der „publikumsbezogenen Subjektivität“ durch die Verselbstständigung der Wirtschaft-Veröffentlichungsmittel-Zuschauer-Allianz entstanden ist: sie hat kein Forum mehr. Ihr mögliches Forum ist besetzt. Nutzt sie das besetzte Forum ungeachtet dieser Einsicht, agiert sie gegen sich selbst. Verzichtet sie auf das besetzte Forum, ist sie nicht zugänglich und - obwohl es sie gibt - nicht vorhanden.

3. Öffentlichkeit und Privatheit

Die Privatisierung der Veröffentlichungsmittel geht mit einer Tendenz zur Veröffentlichung immer privaterer Inhalte einher - um dieser Beobachtung nachzugehen, die dem Verlust des Forums für publikumsbezogene Subjektivität zugrunde liegt, scheint es zunächst notwendig, die damit in Zusammenhang stehenden Begriffe zu klären. Diese Begriffsklärung soll in diesem Abschnitt erfolgen.

3.1. Öffentlichkeit

3.1.1. Öffentlichkeit - Begriff und Geschichte

Der Begriff „Öffentlichkeit“ ist ein Produkt der Aufklärung. Im Jahr 1765 erstmals im Kontext einer Definition literarischer Zensur belegt, blieb er in zweite Hälfte des

18. Jahrhunderts jedoch als Kunstwort noch ungebräuchlich und in seiner Bedeutung unscharf.

Erst um die Jahrhundertwende geht das Wort in den Sprachgebrauch der gebildeten Stände ein, wo es nach 1813 dann schnell zum Schlagwort und Kampfbegriff des politischen Liberalismus aufrückt. Dabei verdrängt es nach und nach den schon seit der Französischen Revolution zum Schlagwort erhobenen Begriff der „Publizität“ und erweitert dessen Bedeutung über die Forderung nach Meinungs- und Pressefreiheit hinaus zur tendenziell universellen Forderung nach freiem geistigen Verkehr in allen die Allgemeinheit interessierenden Fragen. Gleichzeitig verbindet sich mit dem Begriff die Vorstellung eines sozialen Mediums, in dem sich das „öffentliche Leben“ entfaltet.

[12]

Die „Publizität“ war Vorläufer des Begriffs „Öffentlichkeit“ und hatte ihren Ursprung im Lateinischen *publicus*, das im römischen Reich aber - ebenso wie sein Antipode *privatus* - zur Definition politischer Stände gebraucht wurde: *publicus* bezeichnete Träger staatlicher Ämter (die daher mit bestimmten Rechten ausgestattet waren), *privatus* bezeichnete Bürger, die keine Funktion im staatlichen System innehatten.

Die Entstehung des Begriffs „Öffentlichkeit“ vollzog sich semantisch in zwei Etappen: seit Ende des 17. Jahrhunderts wurde das Attribut „öffentlich“ als direkte Entsprechung zu „staatlich“ geläufig, und blieb so vorerst ein Synonym des Lateinischen *publicus*.⁴ Anfang des 18. Jahrhunderts tauchten - zunächst in England, später auch in Frankreich - zusammengesetzte Begriffe wie *public esteem* und *opinion publique* auf, die nunmehr kollektive Wertschätzungen der aufgeklärten bürgerlichen Gesellschaft bezeichneten.

Die damit entstandene Mehrdeutigkeit des Attributs „öffentlich“ griff Immanuel Kant 1784 in „Beantwortung der Frage: Was ist Aufklärung?“ auf. In einer „polemischen Konfrontation von privaten und öffentlichen Vernunftgebrauch“^[13] definiert er den Begriff Öffentlichkeit entgegen seiner herkömmlichen Bedeutung. Bezeichnete Öffentlichkeit in römisch-rechtlicher Tradition bisher das „gemeinen Wesen“^[14] (heute vielleicht: Gemeinwesen, Verwaltungsapparat), sprach Kant nun von ihr als ein, diesen Strukturen komplementäres Terrain. Öffentlichkeit war plötzlich ein „Freiraum“. Mit anderen Worten - die Kategorien öffentlich und privat erfuhren die

⁴ In dieser Tradition blieb bis heute die Bedeutung des Begriffs „Republik“ als politische Kategorie erhalten - *res publica*: „öffentliche“ = „staatliche“ Sache

exakte Umkehrung ihrer vormaligen Bedeutung: „Privaten“ Vernunftgebrauch empfahl Kant nun im „anvertrauten bürgerlichen Posten oder Amte“, ^[15] „öffentlichen“ Vernunftgebrauch hingegen definierte er als Sache der rasonnierenden „Privat“-Person. Räumte er ein, dass der „private“ Vernunftgebrauch im (vormals) „öffentlichen“ Bereich „öfters sehr enge eingeschränkt sein“ ^[16] könne, ermutigte er seine Zeitgenossen gleichermaßen dazu, aus der „Privatsphäre“ heraus „öffentlichen“ - und somit uneingeschränkten - Gebrauch von Vernunft zu machen. Vereinfacht gesagt: tagsüber sollten die Bürger parieren, nachts sollten sie rasonnieren.

Aus heutiger Sicht erscheint diese Bedeutungsverkehrung wie ein spitzbübiger *Fauxpas*. Sie liest sich ebenso willkürlich wie atemberaubend dreist. Und - diese Bedeutungsverkehrung war folgenreich: Einmal in die Welt gesetzt, schien sie sich nicht mehr rückgängig machen zu lassen. Eine Idee war ins Spiel gebracht, welche Öffentlichkeit als freie Sphäre sich frei artikulierender Subjekte definierte. Vergewärtigt man sich, dass es in keiner der vorangegangenen Kulturen eine angemessene Vorlage für eine solche Sphäre gegeben hatte, erscheint diese begründungslos gebliebene Umdeutung umso bedeutungsvoller. Wie war es zu dieser Verkehrung gekommen? Woher nahm die Aufklärung die Idee der Öffentlichkeit?

Einen möglichen Hinweis könnte die Griechische Demokratie geben. Zwar gab es auch dort keine vergleichbare öffentliche Sphäre. Aber es gab Kategorien, die schon für die erwähnten Ständedefinitionen *publicus* und *privatus* römischer Prägung als Vorlage gedient hatten.

Im ausgebildeten griechischen Stadtstaat ist die Sphäre der Polis, die den freien Bürgern gemeinsam ist (*koine*), streng von der Sphäre des *Oikos* getrennt, die jedem einzelnen eigen ist (*idia*). Das öffentliche Leben, *bios politicos*, spielt sich auf dem Marktplatz, der *agora*, ab, aber nicht etwa lokal gebunden: Öffentlichkeit konstituiert sich im Gespräch (*lexis*), das auch die Form der Beratung und des Gerichts annehmen kann, ebenso wie im gemeinsamen Tun (*praxis*), sei es in der Kriegsführung, sei es im kämpferischen Spiele. ^[17]

Oikos bezeichnet im Griechischem das Haus, das Hab und Gut, das Hausgesinde ebenso wie Familie des Hausherrn. Das *Oikos* bildete damit den abgeschlossenen Privatbereich des Attischen Bürgers. *Koine* bezeichnete hingegen bereits eine Sphäre, „die den freien Bürgern gemeinsam ist“. ^[18]

Mit der *agora* fand diese, den Bürgern der *Polis* „gemeinsame“ Sphäre ihren manifesten Ausdruck. Die *agora* ist das älteste uns bekannte Forum eines „öffentlichen“ Gemeinschaftsbereiches. Ihr kommt sowohl von ihrer Architektur als auch der Art der durch sie bedingten Kommunikation besondere Bedeutung zu: an dem ebenerdigen Versammlungsort (die alle Teilnehmer auf einer Stufe beließ) fanden sich die Bürger des Gemeinwesens ein, um Argumente zu tauschen und kollektive Entscheidungen zu treffen. Ansprachen und Diskussionen waren gleichermaßen Teil der Kommunikation.

Die *agora* war Marktplatz und Versammlungsplatz zugleich. Sehr wohl wurde ihr Charakter durch lokale Gebundenheit definiert (physische Anwesenheit war schließlich Voraussetzung für die Teilnahme an diesem Forum - der von Habermas hervorgehobene Aspekt, die *agora* wäre „nicht etwa lokal gebunden“, ist mir unverständlich). Man könnte die *agora* somit als Urform einer „unmittelbaren“ öffentlichen Sphäre bezeichnen - ohne dabei freilich zu übersehen, dass Sprache und Architektur natürlich gleichsam „Mittel“ jener unmittelbaren öffentlichen Sphäre waren.

Neben der *agora* wurde in der Attischen *polis* bereits seit etwa 500 v.Chr. eine andere Versamlungsform etabliert, deren Architektur und Kommunikationsstruktur bereits die Schwierigkeiten vorwegnahmen, die auch eines der zentralen Probleme bürgerlicher Öffentlichkeit werden sollte. Diese Versamlungsform hieß *pnyx*. Florian Rötzer beschreibt sie in seinem Aufsatz „Öffentlichkeit und Aufmerksamkeit“ in Hinblick auf massenmediale Aspekte.

Dieser Raum war nicht wie die *agora* flach und für die zirkulierenden Bewegungen offen, er war selbst konzentrierend, eine Art Massenmedium, das zwischen Sprechenden und Zuhörenden strikt unterschied und diese Unterscheidung räumlich markierte. [...] Prinzipiell erlaubte es zwar eine Zweiwegekommunikation. Von der Struktur des nach vorne gerichteten Raumes sollte diese aber gerade verhindert werden. Ähnlich wie ein Theater war die *Pnyx* ein aufsteigendes Halbrund mit der Öffnung hin zur *agora*, in dessen Mitte eine Rednertribüne aufgeschüttet wurde. ^[19]

Die *pnyx* baute sich somit im Halbkreis um die *agora* auf, schien jedoch von ihrer Architektur mit diesem Forum wenig gemein haben: sie verwandelte die *agora* in eine Bühne, sie stellte den jeweiligen Redner gewissermassen aus. Um die

Rednertribüne herum nahmen die Bürger Platz und wurden zu Zuhörern. Die *pnvx* war von ihrer Gestalt somit am ehesten mit einem Amphitheaters vergleichbar.

Die fatale Nähe von Öffentlichkeit und Inszenierung fand in dieser Architektur erstmals ihren Ausdruck. Die Kommunikation der *pnvx* schien nicht mehr darauf abzielen, Ansprache und Diskussion zu verbinden - sie räumte dem „diskursiven“⁵ Vortrag bereits augenscheinlich das Feld.

Die *pnvx* kann somit als struktureller Vorläufer jener Kommunikationsstrukturen gelten, welche später - scheinbar technisch bedingt - die bürgerliche Öffentlichkeit bestimmen sollten. Vilém Flusser bezeichnete diese diskursive Kommunikationsstrukturen, in Ableitung des Lateinischen *fascis* (Bündel), als „fascistisch“. [20] Und dieser Charakter ist der diskursiven Kommunikation strukturell immanent: alle haben zu schweigen, während einer spricht.

3.1.2. Unmittelbare und mittelbare Öffentlichkeit

Die Öffentlichkeit in unserem Verständnis entstand erst mit der Aufklärung. Sucht man nach historischen Entsprechungen, findet man sie gerade nicht in der naheliegenden römisch-rechtlichen Kategorie *publicus*, sondern allenfalls in jener Sphäre, die der antiken *agora* der Attischen Demokratie eigen war. Auf zwei maßgebliche Unterschiede ist hierbei hinzuweisen: erstens war diese Sphäre an die jeweilige *polis* gebunden, zweitens war ihre soziale Grundlage nicht „Gesellschaft“, sondern allenfalls gesellschaftliche „Gemeinschaft“.⁶

In der Umkehrung werden hierbei zwei wesentliche Strukturmerkmale der bürgerlichen Öffentlichkeit deutlich: ihre konstituierende Grundlage ist eine „Gesellschaft“. Die Gemeinschaft unterscheidet laut Ferdinand Tönnies von der Gesell-

⁵ Abgeleitet von Flussers Unterscheidung zwischen der Kommunikation des Diskurses und der des Dialogs - erstmals formuliert im Essay „Die Tyrannei der Sender“ (Vilém Flusser in: Die Revolution der Bilder - der Flusser-Reader zu Kommunikation, Medien und Design Bollmann-Verlag 1995, S. 115 ff.)

⁶ „Gesellschaft“ kann als die konstituierende Voraussetzung von Öffentlichkeit gelten - in Gemeinschaften ist sie in unserem Verständnis nicht vorstellbar. Richard Sennett macht den Gegensatz von „Gemeinschaft“ und „Gesellschaft“ ausführlich zum Thema, weil er im Rückbezug auf gemeinschaftliche Lebensweisen ein, die öffentliche Sphäre zersetzendes Moment sieht. Zitat: „Ferdinand Tönnies hat den Gegensatz von »Gemeinschaft« und »Gesellschaft« zur Grundlage seiner Soziologie gemacht. Mit »Gemeinschaft« bezeichnet er Verhältnisse, in denen die Beziehungen der Menschen zueinander emotional, innerlich und offen sind. Im Gegensatz dazu steht die von rationalem Zweck-Mittel-Denken bestimmte »Gesellschaft«. [...] Für ihn bestand »Gemeinschaft« in der vorkapitalistischen, nicht städtisch geprägten Welt des Spätmittelalters oder in traditionellen Gesellschaften. Gemeinschaft, die umfassende, emotional offene Kommunikation mit anderen, kann es nur in einer hierarchischen Gesellschaft geben. Dagegen gehören »gesellschaftliche« Beziehungen der modernen Welt an, in der die Arbeitsteilung weit fortgeschritten ist und an die Stelle des festen Status eine instabile Klassenzugehörigkeit getreten ist.“ (R. Sennett in: Verfall und Ende des öffentlichen Lebens - Die Tyrannei der Intimität; Frankfurt/M 1983, S. 252)

schaft, dass die Mitglieder einer Gemeinschaft einander kennen und in einer emotionalen Beziehung zueinander stehen. Die Gesellschaft hingegen wird von nüchternen Zweck-Mittel-Relationen bestimmt. Die Mitglieder der Gesellschaft können, müssen einander aber nicht kennen. Im Wesentlichen wird dieser Teil der Grundlage von Sennetts Definition von Öffentlichkeit als *res publica*⁷ zusammengefaßt.

Eine *res publica* umfaßt allgemein die Beziehungen und das Geflecht wechselseitiger Verpflichtungen zwischen Leuten, die nicht durch Familienbande oder andere persönliche Beziehungen miteinander verknüpft sind; sie bezeichnet das, was eine Masse, ein »Volk«, ein Gemeinwesen verbindet, im Unterschied zu den Familien- und Freundschaftsbanden. ^[21]

Zweites Strukturmerkmal der bürgerlichen Öffentlichkeit: im Gegensatz zur Sphäre der *agora* ist sie gerade nicht lokal gebunden. Mit der Auflösung des identischen Lebens- und Interessensbereiches (wie ihn die traditionelle *polis* darstellte), wurde es somit notwendig, Öffentlichkeit „herzustellen“. Für die Aufrechterhaltung der innergesellschaftlichen Kommunikation war diese Herstellung von Öffentlichkeit unabdingbare Voraussetzung.

Anders ausgedrückt: die bürgerliche Öffentlichkeit war von Anbeginn an die Mittel ihrer Herstellung gebunden. Von deren Form, Art und Schaltplan hing sie ab: sie war von ihnen abhängig. Die Veröffentlichungsmittel waren von Beginn an der neuralgische Punkt der zum gesellschaftlichen Prinzip erklärten Öffentlichkeit.

Ihrem Charakter nach war diese bürgerliche Öffentlichkeit also festgeschrieben als eine „mittelbare“ Öffentlichkeit. Strukturell stand sie somit in einem direkten Gegensatz zur „unmittelbaren“ öffentlichen Sphäre der antiken *agora*. Zwar überlebte der Markt den Schritt von der Gemeinschaft zur Gesellschaft. Doch seine Funktion als jenes vitale Zentrum intersubjektiven Austausches hatte er mit der Auflösung des identischen Lebens- und Interessensbereiches notwendigerweise eingebüßt. Der Markt war kein Forum mehr und stand nicht länger im gesellschaftlichen Mittelpunkt.

Mehr noch: wenn die öffentliche Sphäre der bürgerlichen Gesellschaft von Anbeginn an die Mittel ihrer Herstellung gebunden war, mußte der Platz dieses gesellschaftlichen Mittelpunktes früher oder später den Veröffentlichungsmitteln selbst

⁷ Wobei Sennetts begriffliche Rückbezug auf das Lateinische *res publica* aufgrund dessen inhaltlicher Besetzung als „staatliche“ Angelegenheit problematisch erscheint.

zufallen. Und dass genau das im 20. Jahrhundert geschah, dafür war der Enthüllung-Wachturm des *Panopticons* augenscheinlicher Beweis.

Die „mittelbare“ bürgerliche Öffentlichkeit war der „unmittelbaren“ Öffentlichkeit der antiken *agora* nicht nur strukturell entgegengesetzt - ihre „Mittel“ untergruben deren „Unmittelbarkeit“ im beinahe wortwörtlichen Sinn. Das treffenste Bild dazu lieferte Vilém Flusser in seinem letzten Interview im November 1991.

Dort wo früher der öffentliche Raum war, wo früher der Marktplatz, das Forum, die *agora* war, dort liegen jetzt Kabel. Und wer sich in den öffentlichen Raum begibt, der stolpert über Kabel. [...] Wenn sie nun das in Berücksichtigung nehmen und wenn sie sagen, dass sich das politische Leben auf dem Markt abspielt - da hat es keinen Raum mehr. Es gibt keinen Raum für politisches Leben. Was sich öffentliche Personen, Politiker nennen, das sind doch Leute, die in ihrer Küche uneingeladen auf einem Fernsehschirm erscheinen. Diese Dekradation der Politik in eine Clownaufführung in der Küche charakterisiert, meine ich, die gegenwärtige Lage. ^[22]

Dem aus der mutwilligen Bedeutungsverkehrung der Aufklärung *deus ex machina* erschienenen Freiraum „bürgerliche Öffentlichkeit“ schien seine Kehrseite von Beginn an immanent gewesen zu sein: was mittelbar ist, muß nicht Mittel des beabsichtigten Zwecks bleiben. Es kann auch zu einem zweckfreien Mittel werden oder Mittel zum Selbstzweck. Die „freie Sphäre sich frei artikulierender Subjekte“ war tendenziell nur solange frei, bis die Veröffentlichungsmittel ihrerseits ihr inwohnendes Potential frei entfalteten. Dieses Potential hatte verschiedene Facetten: die Veröffentlichungsmittel als gesellschaftlicher Vormund (als Vermittler zwischen Subjekt und Welt wie auch zwischen Welt und Subjekt) wurde bereits angeführt, ebenso deren Tendenz zum Ersatz des Marktes als traditionellem Mittelpunkt des gesellschaftlichen Lebens. Eine weitere Facette dieses immanenten Potentials der Mittel bestand in der flächendeckenden Umwandlung von Unmittelbarem in mittelbare Inhalte.

3.1.3. Das Publikum

Dabei hatte die Entstehung der bürgerlichen Öffentlichkeit selbst in unmittelbaren Foren ihren Anfang genommen. In den Salons und Kaffeehäusern des 17. und 18. Jahrhunderts fanden die Menschen zwanglos zueinander und kamen miteinander ins Gespräch. Sicher muss man sich diese Konversationen nicht emotionsfrei und nüchtern vorstellen. Doch sie zielten weniger darauf ab, „Freundschaften“

zu schließen als vielmehr darauf, anregende Unterhaltungen zu führen. Bürger mit sehr unterschiedlichem gesellschaftlichen Status gingen so ihrem Bedürfnis nach Kommunikation nach: und - dies als der auffälligste Unterschied zu den öffentlichen Räumen unserer Zeit - jene, mit denen man ins Gespräch kam, waren einem zumeist unbekannt. Die Salons und Kaffeehäuser waren äußerer Ausdruck einer neuen, literarischen Öffentlichkeit.

Diese neue Öffentlichkeit war eine Sphäre des Publikums in seiner ursächlichen Bedeutung: Publikum bezeichnete jene Klientel, die an dem wechselseitigen Kommunikationsprozess teilnahm oder zumindest teilnehmen konnte. Zuhören/-schauen und sich selbst Artikulieren waren sich gegenseitig bedingende Teilbereiche der Kommunikation. Kant beschreibt den öffentlichen Gebrauch der Vernunft als jenen, den man „vor dem ganzen Publikum der Leserwelt macht“. ^[23] Damit bezeichnet er jedoch keineswegs einen einseitigen Prozess. Das Kundtun der eigenen, subjektiven Meinung, wie es im frühen Bürgertum aufkam, zielte ab auf wechselseitige Verständigung und Selbstvergewisserung. Gerade diese Wechselseitigkeit war das Neue der öffentlichen Sphäre. Im „innersten Hof des Privaten“ ^[24] entdeckten die Bürger ihre eigene Subjektivität, die gleichermaßen auf sich selbst, wie bereits auf ein „Publikum“ bezogen war. Jürgen Habermas beschreibt diese Ambivalenz von Intimität und Veröffentlichung so:

Das psychologische Interesse wächst von Anbeginn in der doppelten Beziehung auf sich selbst und auf den anderen: Selbstbeobachtung geht eine neugierige teils, teils mitfühlende Verbindung ein mit den seelischen Regungen des anderen Ichs. Das Tagebuch wird zu einem an den Absender adressierten Brief; die Ich-Erzählung das an fremde Empfänger adressierte Selbstgespräch; gleichermaßen Experimente mit der in der kleinfamilial-intimen Beziehungen entdeckten Subjektivität. [...] Die Sphäre des Publikums entsteht in den breiteren Schichten des Bürgertums zunächst als Erweiterung und gleichzeitig Ergänzung der Sphäre kleinfamilialer Intimität. Wohnzimmer und Salon befinden sich unter dem gleichen Dach. ^[25]

Die Doppeldeutigkeit der „privaten“ Sphäre ist signifikant: einerseits ist sie das Terrain eigenen Erlebens, welches es überhaupt erst zu entdecken gilt (das im Wohnzimmer geschriebene Tagebuch fixiert diese Entdeckung), andererseits ist sie gleichermaßen Ausgangspunkt der öffentlichen Sphäre (das im Salon vorgelesene Tagebuch publiziert diese Entdeckung). Das Publikum wird definiert durch die Verschränkung wechselseitiger Interessen und Emotionen.

In dieser wechselseitig psychologischen Neugier den Kern dessen zu vermuten, was das „Publikum“ noch heute am „Privatleben“ anderer interessiert, scheint nicht allzu weit hergeholt. Zwei wesentliche Einschränkungen sind dabei jedoch zu machen: 1. das „Publikum“ ist heute kein Publikum mehr, sondern hat sich ganz offensichtlich in Akteure und Zuschauer/-hörer gespalten; 2. in ihrer augenblicklichen Form lassen die Veröffentlichungsmittel keine Verschränkung wechselseitiger Interessen und Emotionen zu.

Trotzdessen es kein Publikum mehr gibt, wird nach wie vor vom Publikum gesprochen. Legt man dieser Tatsache die Spaltung des Publikums zugrunde, wird der Bedeutungswandel des Begriffs offensichtlich: Heute bezeichnet Publikum keineswegs mehr die öffentlichen Akteure sondern ausschließlich die Zuschauer/-hörer, an die sie sich diese öffentlichen Akteure richten.⁸

Die Spaltung des Publikums in Akteure und Zuschauer wurde unter verschiedenen Blickwinkeln analysiert. Einen interessanten Ansatz verfolgte Richard Sennett, indem er die Herausbildung der „öffentlichen Persönlichkeit“ in Kultur und Politik als symptomatische Erscheinung des Verfalls der öffentlichen Kultur hervorhebt. Demnach verstummten die Zuschauer aus Selbstzweifel und Angst vor der Artikulation eigener Gefühle, um auf die Persönlichkeit dieses Akteurs umso massiver die eigenen Vorstellungen zu projizieren.

Die »öffentliche Persönlichkeit« war ein Widerspruch in sich, der letztlich zur Zerstörung der Öffentlichkeit selber geführt hat. So schien es den Menschen nach und nach einleuchtend, denen, die ihren Emotionen, sei es als Künstler, sei es als Politiker, in der Öffentlichkeit Ausdruck verleihen konnten, eine spezifische Überlegenheit beizumessen. Diese Leute beherrschten die Zuschauer oder Zuhörer, vor denen sie auftraten, eher, als daß sie mit ihnen interagierten. Nach und nach büßte das Publikum den Glauben an die eigene Urteilsfähigkeit ein; aus Zeugen wurden Zuschauer. Die Zuhörer und Zuschauer verloren das Gefühl, selbst aktive Kraft, selbst »Publikum« im eigentlichen Sinne zu sein.^[26]

⁸ Die Bedeutungsverschiebung von „Publikum“ findet in der Veränderung des Begriffs „Unterhaltung“ eine interessante Parallele. Einerseits hat „unterhalten“ die Bedeutung von „bewirtschaften“ - andererseits bezeichnet es einen ursprünglich wechselseitigen Kommunikationsprozeß - „sich unterhalten“. Doch bereits in der reflexiven Verbform wird die Sinnverschiebung deutlich: sie kann sowohl auf das Bezeichnete selbst verweisen (ich unterhalte mich = ich lasse mich unterhalten), wie auf die ursächliche Wechselseitigkeit (wir unterhalten uns). Die Bedeutung des Substantivs „Unterhaltung“ hingegen hat sich bereits fast gänzlich verschoben. Es wird inzwischen fast synonym zu „Vergnügung“ gebraucht.

Schon weil der Akteur es vermag, expressiv zu sein, hebt ihn der schweigende Zuschauer auf eine imaginäre Bühne. Doch ebenso, wie der Akteur die Zuschauer/-hörer zu beherrschen scheint, läuft dieser Prozeß auf eine subtile Wechselbeziehung hinaus: denn der Akteur ist gleichermaßen er selbst, wie auch die Projektionsfläche seiner schweigenden Beobachter. Unter dieser Voraussetzung hat auch dessen Agieren weniger den Charakter eines persönlichen Freiraums als vielmehr den ein öffentliches Gefängnisses.

3.2. Privatheit

3.2.1. Privatheit - Begriff und Geschichte

Auch bei dem Privaten handelt es sich um eine Kategorie griechischen Ursprungs, die uns in der römischen Prägung überliefert ist. In seinem wortgeschichtlichen Ursprung verweist „privat“ auf das Lateinische *privatus*, das - wie bereits erwähnt - in römisch-rechtlicher Tradition zur Bezeichnung politischer Stände definiert wurde: wem eine Funktion im Staatsapparat zukam, war *publicus*, wer von dieser Sphäre ausgeschlossen blieb, *privatus*.

Die griechische Vorlage dieser Kategorie entsprang der Sphäre des *Oikos*. Im antiken Griechenland bezeichnete *Oikos* das Haus mit allem, was dazugehörte: Hab und Gut, das gesamte Vermögen, das Hausgesinde ebenso wie die Familie des Hausherrn. *Oikos* war somit die Domäne des Hausherrn, des *Oikodespoten*.

Unter dem Schirm seiner Herrschaft vollzieht sich die Reproduktion des Lebens, die Arbeit der Sklaven, der Dienst der Frauen, geschieht Tod und Geburt; Das Reich der Notwendigkeit und der Vergänglichkeit bleibt im Schatten der Privatsphäre versunken.

[27]

Mit anderen Worten: *Oikos* bezeichnete den abgeschlossenen Privatbereich des Attischen Bürgers und die autarke Sphäre seiner häuslich-privaten Wirtschaft gleichermaßen. Aus dem Wortstamm von *Oikos* leitet sich bezeichnenderweise auch das heute noch gebräuchliche „Ökonomie“ als Synonym zu „Wirtschaft“ ab. Die Sphäre des *Oikos* war ebenso Voraussetzung für das öffentliche Leben des *Oikodespoten*, wie sie gleichermaßen eine von diesem öffentlichen Bereich strikt getrennte Sphäre markierte.

Vielleicht wird sie am ehesten vorstellbar, wenn man sich einem landwirtschaftlichen Familienbetrieb vergegenwärtigt, wie er zum Teil bis heute existiert: auch hier überlagern sich Privat- und Wirtschaftssphäre unmittelbar, auch hier dient die Herstellung der Produkte ebenso der Eigenversorgung wie auch dem Verkauf auf dem „Markt“. Der Familienbetrieb ist gleichzeitig Zentrum des wirtschaftlichen wie auch des privaten Lebens.

Diese ursprüngliche Überlagerung des „wirtschaftlichen“ und des „intimen“ Bereichs in einer Sphäre des „Eigenem“ (im Gegensatz zu einer gemeinsamen Sphäre) ist für die Betrachtung wesentlich, weil diese beiden Bereiche in unserem heutigen Verständnis getrennt erscheinen. Zwar ist nachvollziehbar, dass sowohl der persönliche wie auch der wirtschaftliche Bereich auf ursprünglichem Eigeninteresse beruhen. Doch inzwischen erinnert außer der Vorsilbe „Privat-“ (z.B. bei Privatwirtschaft) nichts mehr an diesen gemeinsamen Ursprung.

Die anfänglich geäußerte Beobachtung (die Privatisierung der Veröffentlichungsmittel ginge mit einer Tendenz zur Veröffentlichung immer privaterer Inhalte einher) erscheint somit in einem anderen Licht. Die divergierenden Bereiche der Privatheit verschmelzen in den „privaten“ Inhalten der „privatisierten“ Veröffentlichungsmittel unter gänzlich veränderten Umständen neu.

3.2.2. Die verselbstständigte Wirtschaft

Wie kam es, dass sich die beiden Teilbereiche der Privatheit von einander lösten? Gab es Hinweise darauf, dass diese Spaltung ihrerseits mit der Ausformung der bürgerlichen Öffentlichkeit in Zusammenhang stand? Laut Habermas vollzog sich die Ablösung des wirtschaftlichen Aspektes vom „Haus“ erst im Laufe des 17. Jahrhunderts.

[...] der Begriff des Ökonomischen selbst, der bis in 17. Jahrhundert an den Aufgabenkreis des *Oikodespoten*, des *pater familias*, des Hauswirts gebunden war, gewinnt jetzt erst an der Praxis des nach Grundsätzen der Rentabilität kalkulierenden Geschäftsbetriebs seine moderne Bedeutung: die Hausherrenpflichten verengen und verschärfen sich im Haushälterischen zur Sparsamkeit. Die moderne Ökonomie orientiert sich nicht mehr am *Oikos*, an die Stelle des Hauses ist der Markt getreten; sie wird zur „Kommerzienwirtschaft“. ^[28]

Der Markt hatte freilich schon vorher eine wichtige wirtschaftliche Funktion inne: er war Umschlagplatz jener Waren und Produkte, die in der Sphäre der häuslichen Wirtschaft hergestellt wurden. In der Dimension des zentralen Ortes eines Gemeinwesens begegnet uns der Markt damit zum zweiten Mal: denn ebenso, wie er einst Zentrum des öffentlichen Lebens war, an dem Argumente ausgetauscht wurden (die im privaten Kontext entstanden waren), war er auch der traditionelle Mittelpunkt des Warentauschs (die im privaten Kontext hergestellt worden waren). Der Markt war das öffentliche Zentrum eines Gemeinwesens, an dem sich die autarken Privatsphären berührten und miteinander in Austausch traten. Der Markt war Ort der „Veröffentlichung“ und des „Austauschs“; veröffentlicht und getauscht wurden Argumente und Ware gleichermaßen.

Doch wirtschaftliches Zentrum ist der Markt deshalb keineswegs gewesen. Ein solches wirtschaftliches Zentrum gab es bis in 17. Jahrhundert nicht, denn bis dahin wirtschaftete jeder „Haushalt“ für sich. Genaugenommen war deshalb jeder „Haushalt“ sein eigenes Wirtschaftszentrum.

Die Ausweitung des Marktes zu einer, die Wirtschaft als Ganzes einschließende Größe, sprengte dessen ursprüngliche Dimension. Der Markt wurde gleichsam zu einer eigenen, abstrakten Sphäre. Inhalt dieser Sphäre war der wirtschaftliche Teilbereich des vormalig Privaten, seinem Charakter nach hingegen besetzte diese Sphäre die des Öffentlichen.

Der Markt selbst wurde Teil der Produktion. Die Börse ist vielleicht das auffälligste Beispiel, wie dieser Markt - hier noch deutlich erkennbar als Ort des (Aktien-)Handels - selbst produktiv zu werden begann. Eine wechselseitige Durchdringung setzte ein: Der traditionell der Privatsphäre zugeordnete wirtschaftliche Bereich verließ die häusliche Sphäre und nahm Platz im Zentrum des öffentlichen Lebens. Die Gesetze des Marktes hingegen bekamen in ihrem quasi-öffentlichen Charakter Zugang zu gesellschaftlichen Bereichen, zu denen sie vorher nie Zugang hatten.

Die Tätigkeiten und Abhängigkeiten, die bisher in den Rahmen der Hauswirtschaft gebannt waren, treten über die Schwelle des Haushalts ins Licht der Öffentlichkeit. [...] Die privatisierte wirtschaftliche Tätigkeit muß sich an einem unter öffentlicher Anleitung und Aufsicht stehenden öffentlichen Warenverkehr orientieren; die ökonomischen Bedingungen, unter denen sie sich vollzieht, stehen außerhalb der Schranken des eigenen Haushalts; sie sind zum ersten Male von allgemeinem Interesse.^[28]

Auf den ersten Blick fällt die Gegensätzlichkeit der Veränderungen von Öffentlichem und Privatem ins Auge: Unter dem Gesichtspunkt der Öffentlichkeit hatten deren Mittel den Markt überflüssig gemacht. Unter dem Gesichtspunkt des Privaten wurde der Markt als neues wirtschaftliches Zentrum unabdingbar. Während die Veröffentlichungsmittel die unmittelbare Öffentlichkeit des Marktes untergruben, blähte sich dieser Markt in seiner neuen wirtschaftlichen Funktion über alle regionalen Grenzen aus. Das Resultat der gegenläufigen Entwicklungen war ein offensichtliches Paradoxon: In seiner angestammten Funktion war der Markt nicht mehr vorhanden und hatte gleichzeitig als abgestarkte Sphäre soviel Macht und Bedeutung erlangt, wie nie zuvor.

3.3. res publica und res privata

In ihrer idealisierten Form erscheinen das Öffentliche und das Private als antagonistische Sphären. Ihre Eigenheit bestand dabei jedoch gerade darin, dass sich ihre Bereiche weder ausschlossen noch tatsächlich widersprachen - sie ergänzten sich.

Richard Sennett stellt die Sphären in die Tradition des Gegensatzes von Natur und Kultur. Die Dualität von Natur und Kultur war seiner Meinung nach die Folie, auf der sich seit dem 17. Jahrhundert der sich ergänzende Antagonismus von Öffentlichkeit und Privatheit herausbildete.

Die Formen öffentlichen und privaten Ausdrucks bildeten nicht eigentlich einen Gegensatz, sondern waren gleichsam zwei Atome eines Moleküls. In der Öffentlichkeit begegnete man dem Problem der gesellschaftlichen Ordnung, indem man Zeichen schuf; in der Privatsphäre begegnete man dem Problem der Versorgung der Kinder, indem man auf transzendente Prinzipien zurückgriff. Die Impulse, die die Öffentlichkeit beherrschten, waren Wille und Kunstgriff; die Privatsphäre dagegen war von dem Impuls bestimmt, alles Künstliche abzustreifen und auszuschalten. Das Öffentliche war »Kreation«, das Private »Kondition« des Menschen. ^[29]

Vergegenwärtigt man sich die Funktion der Sphären in der Attischen Demokratie, erscheint der Vergleich von Öffentlichkeit/Privatsphäre mit Kultur/Natur einleuchtend. Die *agora* war - unter diesem Aspekt betrachtet - natürlich ein Produkt der Attischen Hochkultur, *Oikos* hingegen als Reich der Notwendigkeit dem Bereich der Natur zuordenbar. Und auch die Tatsache, dass sich der Mensch stets

zwischen den Bereichen von „Kondition“ und „Kreation“ bewegt, lassen dieses Modell plausibel erscheinen.

Dennoch geben gerade dieserart Vergleiche zu erkennen, dass es sich bei dem Gesellschaftsmolekül von Öffentlichkeit und Privatheit zweifelsfrei um ein Ideal handelt. Die Kategorie der bürgerlichen Öffentlichkeit selbst war als eine Utopie entstanden. Die Vorstellung, die Konstellation von Öffentlichkeit und Privatheit seien als ein sich wechselseitig ergänzendes System jemals in ihre eigentlich erträumten Funktion aufgegangen, ist folgerichtig selbst ein Traum.

Dennoch macht es Sinn, diese Idealkonstellation als Maßgabe zugrunde zu legen. Wenn das Wechselspiel von öffentlicher und privater Sphäre so massiv gestört ist, wie im eingangs beschriebenen *Panopticon*, bedarf es einer idealen Konstellation, um Kritik überhaupt formulieren zu können.

4. Modulation des Moleküls

Fassen wir noch einmal zusammen: einerseits konstituierten sich Öffentlichkeit und Privatheit erst im 17. und 18. Jahrhundert als der bürgerlichen Gesellschaft zugrundeliegenden Kategorien. Andererseits waren diese Sphären von Beginn an in eine, fast unüberschaubare Wechselwirkung getreten. In der Aufklärung wurde eine Vorstellung von öffentlich geläufig, die bis dahin in keiner Kultur eine Entsprechung hatte: Öffentlichkeit war, wenn aus der eigenen Privatsphäre in einen abstrakten Freiraum rasoniert wurde. Die Privatheit selbst hingegen war gespalten: einerseits gab es einen privat-intimen Bereich, andererseits einem - alles mit allem verbindenden - wirtschaftlichen Bereich, der selbst am ehesten den Charakter einer öffentlichen Sphäre angenommen hatte. Die privaten Veröffentlichungsmittel schließlich bauten auf diesem heillos verdrehten Grundriß von öffentlich und privat ihre gänzlich eigene Architektur. Und mit eben dieser Architektur haben wir es im *Big-Brother-Panopticon* zu tun.

Die Veröffentlichungsmittel sind augenfälligster Ausdruck für die Veränderung im Gefüge zwischen Öffentlichkeit und Privatheit. Doch weder sind sie ihr ursächlicher, noch alleiniger Grund - sie selbst sind Teil jener Veränderungen. Im Szenario der Durchdringung der Kategorien Öffentlichkeit und Privatheit kommt diesen „Mitteln“ zweifelsfrei eine besondere Funktion zu: in den letzten 100 Jahren sind sie zu deren wichtigstem Instrument geworden.

Die Veröffentlichungsmittel haben drei strukturelle Tücken: Erstens ihre diskursive Ausrichtung, die bedingt, dass nahezu jede Rückmeldung des Zuschauers/-hörers nicht dem Dialog dient, sondern einer systemstärkenden Rückfütterung des Mittels selbst; Zweitens ihre scheinbare Markt-Funktion, die ihnen als nunmehr wichtigstem Kommunikations-„ort“ zugefallen sind, und sie ins Zentrum des gesellschaftlichen Interesses stellt; Drittens ihr Doppelleben einerseits als Mittel zur Herstellung von Öffentlichkeit und andererseits als ein, dem wirtschaftlichen Kalkül folgenmüssendes Privatunternehmen.

Wo sich mit und durch diese problematische Struktur gesellschaftliche Veränderungen wie das Verschwimmen von Öffentlichkeit und Privatheit kanalisieren, sind Persionen wie „*Big Brother*“ vorprogrammiert und allem Anschein nach unvermeidbar. Diese Gewißheit herrscht bei der von mir eingangs als „medienintern“ beschriebenen Kritik ebenso, wie bei dem überwiegenden Teil der Beobachter des Spektakels, die zwar die Sendung ebenfalls als Persion ansehen, aber souverän schweigen. Nennen wir es das „innere Schulterzucken“: alles andere würde man eher tun, als sich die Blöße zu geben, „offen“ zu protestieren.

Schulterzucken ist bekanntlich eine Reaktion, welche signalisiert, dass man einen Sachverhalt nicht ändern kann, nicht ändern will oder sich davon schlichtweg nicht berührt fühlt. Dass der schweigende Schulterzucker „*Big Brother*“ zwar ablehnt, jedoch nicht „offen“ protestiert, könnte als ein Indiz für die Bedeutungslosigkeit der ganzen Geschichte gelten. Doch gerade die Reaktion des inneren Schulterzucken zeigt die entschiedene Veränderung an, die der öffentlichen Kultur widerfahren ist. Sie ist vom Forum zum Äther geworden. Im *Panopticon* sind es nicht mehr Subjekte, die sich austauschen, sondern Programme, die sich abspulen. In das laufende Programm kann niemand mehr wirksam intervenieren. Das innere Schulterzucken oder die sarkastische Reflexion sind die adäquaten Reaktionen auf dieses Programm, in das nicht mehr interveniert werden kann - „offene“ Kritik, die Veröffentlichung ernstmeinender subjektiver Standpunkte hat nicht nur ihr Forum verloren, sie ist auch eine unadäquate Reaktion in Anbetracht der Situation. Die Öffentlichkeit war in ihrer Entstehung ein verheißungsvoller Freiraum. Sie war als freie Sphäre erträumt und hat sich als Gefängnis realisiert. Das *Panopticon* ist der Albtraum der Veröffentlichung als Prinzip.

4.1. Die wechselseitige Durchdringung der Sphären

Das Modell der bürgerlichen Öffentlichkeit beruhte laut Habermas auf der strikten Trennung von öffentlicher und privater Sphäre. Doch eine solche Trennung war offensichtlich zu keinem Zeitpunkt real. Bereits weit vor dem Siegeszug der Telemedien begannen sich die Sphären der Öffentlichkeit und der Privatheit in mannigfaltiger Art zu überlagern.

Nicht nur, dass der privat-wirtschaftliche Bereich mit seiner Ablösung vom „Haushalt“ selbst im Zentrum der Gesellschaft Platz nahm, auch der privatpersönliche Bereich wurde mehr und mehr von Facetten des Öffentlichen durchdrungen. Verfügte zum Beispiel die vorbürgerliche Großfamilie noch über eine autonome Privatsphäre, zu der tendenziell niemand Zutritt hatte, verlor sie diese Abgeschlossenheit bereits mit der Sozialisierung der Familienmitglieder durch äußere Instanzen (z.B. der Kinder in der Schule). Andererseits jedoch besetzten private Aspekte ebenso die öffentliche Sphäre. In welcher Art sich seit dem 19. Jahrhundert die Beziehung zu „öffentlichen Persönlichkeiten“ veränderte, zeigt auf, wie sich die öffentliche Sphäre selbst nach und nach in ein psychologisches System verwandelte. Man beurteilte Politiker und Künstler immer öfter nach Merkmalen ihrer Persönlichkeit und fragte immer weniger nach ihren Programmen und Leistungen. Man bewertete Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens nach emotionalen Kriterien. Die aber waren im Grunde nur im privat-intimen Bereich relevant. Sennett führte für diese eigentümliche Verkehrung den Begriff der „intimen Gesellschaft“ ein.

Aber es war nicht nur die wechselseitige Überlagerung der strikt zu trennenden Bereiche, die das sich ändernde Verhältnis von öffentlicher und privater Sphäre ausmachte. Gleichzeitig setzte auch eine Verschiebung der Kategorien ein: der privat-intime Bereich schrumpfte zusammen, der privat-wirtschaftliche Bereich und die öffentliche Sphäre breiteten sich hingegen stetig aus.

Aus der Großfamilie wurde die Kleinfamilie und schließlich das vereinzelt Individuum. Währenddessen durchdrangen privat-wirtschaftliche und „öffentliche“ Sphäre die gesamte Gesellschaft und stießen schließlich bis in die privaten Kernbereiche vor. Der „Familieninnenraum“, ^[31] angestammter Ort der Privatsphäre, verlor seine schützende Funktion.

Die Einschrumpfung der privaten Sphäre auf die inneren Bezirke einer weitgehend funktionsentlasteten und autoritätsgeschwächten Kleinfamilie - das Glück im Winkel - ist nur dem Scheine nach eine Perfektion der Intimität; denn in dem Maße, in dem sich die Privatleute aus ihren verbindlichen Rollen als Eigentümer in die rein

»persönlichen« ihres unverbindlichen Freizeitspielraums zurückziehen, geraten sie hier ohne Abschirmung durch einen institutionell gesicherten Familieninnenraum, unter den Einfluß halböffentlicher Instanzen unmittelbar. Das Freizeitverhalten gibt den Schlüssel für die Scheinwerferprivatheit der neuen Sphäre, für die Entinnerlichung deklarerter Innerlichkeit. Was sich heute gegenüber einer verselbständigten Sphäre des Berufs als Freizeitbereich abgrenzt, nimmt tendenziell den Raum jener literarischen Öffentlichkeit ein, auf die einst eine in der Intimsphäre der bürgerlichen Familie ausgebildete Subjektivität bezogen war. ^[32]

Wo private Aspekte die Öffentlichkeit ebenso durchdringen wie öffentliche Aspekte die Privatheit, entstehen ambivalente Bezirke, die Facetten beider Sphären besitzen, doch augenscheinlich nichts von beidem sind. Die von Habermas „halb-öffentlich“ genannten Instanzen (gemeint sind hier Sportvereine ebenso wie Interessenszusammenschlüsse, Unternehmerverbände etc.) weisen genau diese Ambivalenz auf: Sie bündeln die Partikularinteressen ihrer „privaten“ Mitglieder (Sportplatz, Tariferhöhungen, Lohnnebenkostensenkung) und werden zu deren „öffentlicher“ Interessenvertretung.

Ein weiterer ambivalenter Bezirk sind natürlich die Veröffentlichungsmittel selbst. Auch sie weisen Facetten beider Sphären auf. Und auch sie sind weder der Privatsphäre noch der Öffentlichkeit eindeutig zuzuordnen.

4.2. Die privaten Veröffentlichungsmittel

Von einer „Privatisierung“ der Veröffentlichungsmittel zu sprechen, ist im Grunde falsch: die Veröffentlichungsmittel sind immer schon „privat“ gewesen. Printpublikationen waren von Beginn an in der Hand privater Verleger. Einzig in der Telekommunikation einiger Länder (z.B. Großbritannien, Deutschland) wurden mit dem Modell des „öffentlich-rechtlichen“ Rundfunks Sonderwege beschritten. Dafür gab es gute Gründe. Habermas zieht den Schluß, dass diesem Sonderweg das bedrückende Potential der „neuen“ Veröffentlichungsmittel zugrunde lag:

Dennoch erscheint im Pressegewerbe der Grad der ökonomischen Konzentration und ihrer technologisch-organisatorischen Koordination gering im Vergleich zu den neuen Medien des 20. Jahrhunderts - Rundfunk, Tonfilm und Fernsehen. Ja, der Kapitalbedarf erschien so bedeutend und nun auch die publizistische Gewalt so bedrohlich, daß in einigen Ländern die Einrichtung dieser Medien bekanntlich von Anbeginn in staatliche Regie oder unter staatliche Kontrolle genommen wurde. Nichts charakterisiert die Entwicklung der Presse und der jüngeren Medien auffälli-

ger als diese Maßnahmen: sie machen aus privaten Institutionen eines Publikums von Privatleuten öffentliche Anstalten. ^[33]

Vergegenwärtigt man sich nochmals die eingangs als strukturelle Tücken bezeichneten Merkmale der Veröffentlichungsmittel (diskursive Struktur, scheinbare Markt-Funktion, Zwiespalt zwischen Mittel zur Herstellung von Öffentlichkeit und privat-wirtschaftlichen Unternehmen), könnte man meinen, der Staat wollte sich mit der Kreation des „öffentlich-rechtlichen“ Rundfunk die ersten beiden Eigenschaften zur Machtstabilisierung selbst sichern, die publizistische und kommerzielle Machtkonzentration indes keinem privat-wirtschaftlichen Unternehmen überlassen. Die Heftigkeit dieses Einschnitts beweist, dass seitens des Staates in den privat-wirtschaftlichen Veröffentlichungsmitteln eine ernstzunehmende Gefahr für die eigene Vormachtstellung ausgemacht wurde.

Es war möglich, das staatliche Machtmonopol zu verlängern. Aufzuhalten indes schien die Privatisierung der elektronischen Veröffentlichungsmittel nicht zu sein. Als am 1.1. 1984 mit dem sogenannten „medienpolitischen Urknall“ ^[34] die Monopolstellung des öffentlich-rechtlichen Fernsehens in der BRD fiel, traten „private“ Programmanbieter in direkte Konkurrenz zu den beiden bis dahin existierenden Programmen.

Die „Privaten“ waren, nach dem amerikanischen Vorbild (und im Gegensatz zu den überwiegend Gebühren-finanzierten öffentlich-rechtlichen Anstalten) werbefinanziert. Damit war auch im Hörfunk und Fernsehen der BRD die entscheidende Trennlinie gefallen, welche die elektronischen Veröffentlichungsmittel bis dahin vor konkreten Abhängigkeitsverhältnissen von privat-wirtschaftlichen Interessen bewahrt hatte. Im Rundfunkbereich war somit eine ähnliche Situation entstanden, wie bei den Veröffentlichungsmitteln im Printbereich bereits ein Jahrhundert früher:

Die Geschichte der großen Tageszeitungen in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts beweist, daß die Presse im Maße ihrer Kommerzialisierung selbst manipulierbar wird. Seitdem der Absatz des redaktionellen Teiles mit dem Absatz des Annoncentheils in Wechselwirkung steht, wird die Presse, bis dahin Institution der Privatleute als Publikum, zur Institution bestimmter Publikumsteilnehmer als Privatleuten - nämlich zum Einfallstor privilegierter Privatinteressen in die Öffentlichkeit.

^[35]

Die Funktion der Veröffentlichung änderte sich nun auch im elektronischen Publikationsbereich: die fortschreitende Selbstaufklärung eines Publikums, die Kant noch in den Mittelpunkt des Prinzips Öffentlichkeit gestellt hatte, wich dem Prinzip der Dienstleistung. Die Veröffentlichungsmittel waren als Dienstleistungsunternehmen nunmehr „Mittel“ in einem neuen Sinn - sie hatten zu vermitteln zwischen den Interessen der finanzierenden Industrie auf der einen Seite und den Interessen der Zuschauer auf der anderen. Anders ausgedrückt: die „privaten“ Veröffentlichungsmittel waren in der Rolle eines doppelten Dienstleisters gefangen.

Doch damit nicht genug: herausgefordert durch die neue Konkurrenz veränderten sich auch die Inhalte der öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten. Wodurch sich - nach einer treffenden Aussage von Alfred Hilsberg - „das Fernsehen in der BRD selbst überholte“. ^[36] Es ist unschwer erkennbar, daß mit dieser Entwicklung alle elektronischen Veröffentlichungsmittel - direkt oder indirekt - unter den Einfluß „privater“ Interessen gelangten.

Interesse der privaten Wirtschaft war es, mit der, in den privat-wirtschaftlichen Veröffentlichungsmitteln geschalteten Werbung möglichst viele potentielle Kunden zu erreichen. Kritisches Publikum war damit per Definition nicht gefragt. Die Herstellung einer Öffentlichkeit war nicht mehr vorrangiges Interesse der Veröffentlichungsmittel. Im Gegenteil: ihre Programminhalte mußten noch breitenwirksamer gestaltet werden. Diese Tatsache fordert Inszenierung - als traditionellen Antipoden der Öffentlichkeit - geradezu heraus. Dem Zuschauer etwas vorzumachen ist Sinn und Zweck von Publizität im *Panopticon* privat-wirtschaftlicher Veröffentlichungsmittel.

4.2. Die mediale Unmittelbarkeit

Nicht Aufklärung war numehr Aufgabe der elektronischen Veröffentlichungsmittel, sondern Enthüllung. Die „Privaten“ orientierten sich von Anbeginn an altbewährten kultuindustriellen Grundsätzen: der Mensch ist, was er ist. Nicht das utopische Ziel eines mündigen Bürgers galt es zu verfolgen, sondern die immergleiche Bestätigung des Status Quo: Es gibt etwas, was manifest vorhanden ist und das es zu enthüllen gilt. Jeder hat ein kleines, schmutziges Geheimnis. Man muß ihm nur nah genug treten, um es zu erkennen.

Von Beginn an war die Funktion der privat-wirtschaftlichen Veröffentlichungsmittel, den Zuschauer an das sich abspielende Programm zu binden. Und die erfolgreichste Bindung erfolgt über die Mobilisierung emotionaler Regungen.

Freud hat gelehrt, daß die Verdrängung der Triebregungen nie ganz und nie für die Dauer gelingt, und daß daher die unbewußte psychische Energie des Individuums unermüdlich dafür vergeudet wird, das, was nicht ins Bewußtsein gelangen darf, weiter im Unbewußten zu halten. Diese Sisyphusarbeit der individuellen Triebökonomie scheint heute 'sozialisiert', von den Institutionen der Kulturindustrie in eigene Regie genommen, zum Vorteil der Institutionen und der mächtigen Interessen, die hinter ihnen stehen. Dazu trägt das Fernsehen, so wie es ist, das Seine bei. ^[37]

Die Mobilisierung emotionaler Regungen greift dabei auf Erfahrung zurück, die mit medialen Inhalten seit Jahrzehnten erprobt wurden: Grundregel eines jeden „guten“ Films ist es, dass der Zuschauer/-hörer Empathie mit einer dargestellten Persönlichkeit entwickeln kann. Er muß sich selbst im dargestellten Subjekt wiederfinden. Jede Publikation wird damit per Definition in die Richtung einer Erzählung getrieben. Je näher dieserart Veröffentlichung ihren Protagonisten tritt, desto intensiver kann der Zuschauer empfinden. Die elektronischen Veröffentlichungsmittel wirken somit augenfällig als Verstärker in der ohnehin schon psychologisierten öffentlichen Sphäre.

Ziel der privat-wirtschaftlichen Veröffentlichungsmittel ist nicht Kommunikation. Als doppelter Dienstleister wollen sie es beiden Parteien der Allianz recht machen - zu ihrem eigenen Vorteil. Ihr Ziel ist bestmögliche Unterhaltung: die Werbeindustrie muß unterhalten werden, wie ein Fahrzeug, ohne das man nicht von der Stelle kommt; Die Zuschauer müssen bestmöglich unterhalten werden, damit sie das ausgestrahlte Programm verfolgen. Dessen Struktur schmiegt sich an ihre privaten Tagesabläufe und zirkuliert mit ihnen gemeinsam in stetiger Wiederholung durch die Zeit.

5. Ausblick

Es gibt kein Forum mehr für publikumsbezogene Subjektivität. Der dafür ursprünglich geschaffene Raum ist gleichermaßen besetzt wie nicht mehr vorhanden. Einst war der Markt der kommunikative Mittelpunkt der Menschen. In der anbrechenden Informationsgesellschaft sind die Veröffentlichungsmittel selbst zum

gesellschaftlichen Mittelpunkt geworden. Millionen von Zuschauern folgen Abend für Abend das sich abspielende Programm. Diszipliniert sitzen sie auf ihren Plätzen. Nicht „*Big Brother is watching you*“ könnte als die Parole des beginnenden 21. Jahrhundert gelten, sondern „*Big Brother does not need watching you because he is watched by you*“.

Welche Möglichkeit bleibt, wenn jede Veröffentlichung den Fortbestand des *Panopticon* stützt? Wie kann man der Scheinobjektivität medialer Inhalte wirksam entgegenreten, wenn jede Publikation von Persönlichem in den Veröffentlichungsmitteln potentiell seine Umwertung erfährt?

Die derzeitige Veröffentlichung folgt vertikalen Strukturen. Aus den privatisierten Veröffentlichungsmitteln werden Informationen in die privaten Kernbereiche der Zuschauer distribuiert. Diesen vertikalen Strukturen horizontale Strukturen entgegenzustellen, erscheint mir im Augenblick als wirkungsvollste Methode. Diese horizontale Kommunikation erlaubt Dialoge und fordert publikumsbezogene Subjektivität geradezu heraus. Diese subjektiven Dialoge sind die wechselseitigen Kassenheber der gelangweilten „Häftlinge“ des Veröffentlichungs-*Panopticons*.

An den Enden dieser Kommunikationskanäle müssen nicht zwingend einzelne Personen sitzen, wie es Vilém Flusser in seinem adäquaten Entwurf vorschlug. Um diese Enden können sich Gruppen bilden, die für sich genommen bereits wieder kleine „öffentliche“ Zentren bilden. Diese Gruppen haben die Möglichkeit, untereinander zu korrespondieren und so zu einem Geflecht sich wechselseitig informierender, lokaler „Öffentlichkeiten“ werden.

Ein solcher Versuch ist die monatliche Veranstaltungsreihe „Fernsehen macht schön“. Organisiert von einer Gruppe von Studenten, bezweckt diese Veranstaltung zweierlei:

Einerseits will es ein lokales Forum für Film- und Medienkultur etablieren, in dem die Diskussion der vorgestellten Ansätze und Arbeiten im Mittelpunkt steht. Neben der regelmäßigen Veranstaltung steht das „Publikum“ über eine Mailinglist in Kontakt. Dort können Filme kritisiert werden, um Unterstützung für eigene Filmvorhaben gebeten werden etc. Jeder hat die Möglichkeit, sich an die anderen Mitglieder der Mailinglist (das Publikum) zu wenden - jeder ist gleichermaßen Sender wie auch Empfänger.

Andererseits will „Fernsehen macht schön“ Teil eines Netzes ähnlicher Foren werden, die es möglicherweise in anderen Städten gibt, bzw. die dort in naher Zu-

kunft entstehen. Im September 1999 verschickte „Fernsehen macht schön“ zu diesem Zweck einen Videobrief an etwa 60 Medienwerkstätten und Filminitiativen. Dieser Videobrief formulierte Fragen zu Art und Ausrichtung der Werkstätten. Auf diese Weise sollte das mögliche Interesse an einer neuartigen Vernetzung ausgelotet werden. Die Antworten auf diesen Videobrief blieben jedoch marginal. Wenn geantwortet wurde, dann selten mit konkretem Bezug auf den tatsächlichen Inhalt des Briefs. Dieses geringe Interesse war ernüchternd, doch diesem Videobrief werden nächste folgen. Und einige Gruppen gibt es bereits, mit denen „Fernsehen macht schön“ auf diese Weise in einen Austausch gekommen sind.

Es kann in Anbetracht des *Panopticons* um nichts anderes gehen, als dessen Massenkultur eine neuartige Publikumskultur entgegenzustellen. Die technischen Möglichkeiten sind vorhanden: sind die Kameras in den Händen des „Publikums“, können die Bilder zum Austausch zwischen Subjekten genutzt werden. Das wäre die Einlösung des Versprechens, welches das Wort Television gibt: sehen, was nicht da ist. Es könnte etwas entstehen, das in der Tradition der Utopie von Öffentlichkeit steht: intersubjektive Kommunikation.

A. Literaturnachweis

-
- [1] Jürgen Habermas in: „Strukturwandel der Öffentlichkeit“; Neuwied/Berlin 1962, S.195/196
- [2] Immanuel Kant in: Immanuel Kants Werke, Ed. Ernst Cassirer, Berlin, Bd.VI, S. 467 ff.
- [3] ebd.
- [4] ebd.
- [5] Spiegel 39/1996
- [6] Quelle nicht nachweisbar
- [7] Immanuel Kant in: Immanuel Kants Werke, Ed. Ernst Cassirer, Berlin, Bd.VI, S. 467 ff.
- [8] Spiegel Ende 1999 - Quelle nicht nachweisbar
- [9] Theodor Adorno „Prolog zum Fernsehen“ in: Eingriffe, neun kritische Modelle; Frankfurt/Main 1963, S.73
- [10] Vilém Flusser in: „Ins Universum der technischen Bilder“, European Photography Göttingen 1985, S.74
- [11] Michael Winter in: Ende eines Traums - Blick zurück auf das utopische Zeitalter Europas; Verlag J.B.Metzler Stuttgart/Weimar; S.182/183
- [12] in: Europäische Enzyklopädie zu Philosophie und Wissenschaften; S.595 ff.
- [13] ebd.
- [14] Immanuel Kant in: Immanuel Kants Werke, Ed. Ernst Cassirer, Berlin, Bd.VI, S.467 ff.
- [15] ebd.
- [16] ebd.
- [17] Jürgen Habermas in: „Strukturwandel der Öffentlichkeit“; Neuwied/Berlin 1962, S.15
- [18] ebd.
- [19] Florian Rötzer in: Öffentlichkeit und Aufmerksamkeit, 1996, <http://www.telepolis.de/tp/deutsch/inhalt/co/2094/2.html>
- [20] Vilém Flusser in: „Ins Universum der technischen Bilder“, European Photography 1985, S.68
- [21] Richard Sennett in: Verfall und Ende des öffentlichen Lebens - Die Tyrannei der Intimität; Frankfurt/M 1983, S.15
- [22] Vilém Flusser in: CULTEC - Kultur und Technik im 21. Jahrhundert, TV-Interview, Essen, 1991
- [23] Immanuel Kant in: Immanuel Kants Werke, Ed. Ernst Cassirer, Berlin, Bd.VI, S.467 ff.
- [24] Jürgen Habermas in: „Strukturwandel der Öffentlichkeit“; Neuwied/Berlin 1962, S.67 ff.
- [25] ebd.
- [26] Richard Sennett in: Verfall und Ende des öffentlichen Lebens - Die Tyrannei der Intimität; Frankfurt/M 1983; S.295
- [27] Jürgen Habermas in: „Strukturwandel der Öffentlichkeit“; Neuwied/Berlin 1962, S.16
- [28] Jürgen Habermas in: „Strukturwandel der Öffentlichkeit“; Neuwied/Berlin 1962, S.34
- [29] Richard Sennett in: Verfall und Ende des öffentlichen Lebens - Die Tyrannei der Intimität; Frankfurt/M 1983, S.120
- [31] Jürgen Habermas in: „Strukturwandel der Öffentlichkeit“; Luchterhand Verlag Neuwied/Berlin 1962, S.192/193
- [32] ebd.
- [33] Jürgen Habermas in: „Strukturwandel der Öffentlichkeit“; Luchterhand Verlag Neuwied/Berlin 1962, S.223/224
- [34] in: Informationen zur Politischen Bildung 208/209; Bundeszentrale für politische Bildung Bonn 1990, S. 26
- [35] Jürgen Habermas in: „Strukturwandel der Öffentlichkeit“; Luchterhand Verlag Neuwied/Berlin 1962, S.221/222
- [36] Alfred Hilsberg in: „Die Hamburger Filmemacherkooperative“; Interview in Persona Non Grata; Leipzig 1999
- [37] Theodor Adorno „Prolog zum Fernsehen“ in: Eingriffe, neun kritische Modelle; S.70/71 Frankfurt/Main 1963