

Joachim Paech

Medien-Macht und interaktive Medien

Das Verhältnis der Medien zur Macht ist gewöhnlich ausgehend von der Frage diskutiert worden: Wer verfügt über die Medien? Gemeint sind die Medien der Aufzeichnung von Erfahrungen und Wissen für deren Erinnerung in einem kulturellen Gedächtnis, das die Diskurse der Macht bewahrt – und vergibt, was von ihnen ausgegrenzt wird. Michel Foucault, dessen Diskursanalyse auch eine Analyse der Machtverhältnisse ihrer Medien ist, hat auch die umgekehrte Frage gestellt: Was machen die Medien mit denen, die sie als Leser ihrer Schriften, Zuschauer ihrer Bilder oder Zuhörer ihrer Töne an ihr Gedächtnis anschließen, die sich ihren medialen An-/Ordnungen fügen und ihren diskursiven Ordnungen unterwerfen müssen? Diese komplexe Struktur medialer An-/Ordnungen hat er „Dispositive der Macht“ genannt und damit „Strategien von Kräfteverhältnissen, die Typen von Wissen stützen und von diesen gestützt werden“ bezeichnet.¹ Es handelt sich um eine Art Netz, das Diskurse und Institutionen, administrative, juridische oder philosophische Aussagen und so weiter miteinander verbindet. Es ist diese Verbindung, die durch Strategien der Macht ihre Elemente zusammen mit unserem Gedächtnis und unseren Erfahrungen an/ordnet und ihrer Kontrolle unterwirft.

¹ Michel Foucault, *Dispositive der Macht: Über Sexualität, Wissen und Wahrheit*, Berlin 1978, S.119/129.

Die Frage ist nun, ob unter den Bedingungen der durch technische Medien vermittelten Kommunikation diskursive Machtstrategien dadurch relativiert (oder demokratisiert) werden können, daß dieselben oder neue technische Medien künftig zweikanalige, interaktive Formen der Kommunikation ermöglichen, so, wie Bertolt Brecht das schon 1932 für den Rundfunk gefordert hat und wie es angeblich durch die Digitalisierung der Medientechnik endlich realisiert werden soll.

Ich will versuchen, diese Frage zu beantworten, indem ich zunächst zwei Modelle dispositiver Struktur mediativierter Erfahrung vorstellen werde. Daran anschließend werde ich die medienförmige Interaktion im Spannungsfeld von Ereignis und Erlebnis, zwei zentralen Kategorien mediativierter Erfahrung unserer Gegenwartskultur diskutieren.

Zunächst zu den beiden Modellen dispositiver Struktur mediativierter Erfahrung:

1. Platons Höhlengleichnis aus der *Politeia*, das erste hier diskutierte Modell, ist immer wieder mit der Kinosituation verglichen worden. In der Höhle, die Platon beschreibt, sind Beobachter Zeit ihres Lebens an ihre Sitze gefesselt und auf die Darstellung von Schatten an einer Wand ausgerichtet, die sie aufgrund mangelnder Erfahrung für die Außenwelt halten müssen, deren Ursache indes nichts anderes als die Abwesenheit von Licht ist. Eine Veränderung dieser Situation scheint möglich, wenn einer von ihnen die Höhle verlassen, nach außen treten und zurückkehrend die Nachricht überbringen könnte, daß draußen das Licht der Sonne ist, das nicht nur eine äußere Wirklichkeit (der Ideen), sondern auch als Abwesenheit von Licht die Sichtbarkeit der Schatten in der Höhle bedeutet.

Das Höhlengleichnis steht Anfang der 70er Jahre für die Kritik am Illusionscharakter des (Hollywood-)Kinos, das sich wesentlich der Eliminierung aller (medien-)konstitutiven Differenzen zugunsten einer kontinuierlichen Wahrnehmung der Filmprojektion von fiktiven Ereignissen verdankt.

Der Beobachter wird im Kino-Dispositiv als Subjekt von „Filmereignissen“ strukturiert, die er distanzlos als realitätsähnliches „Erlebnis“ rezipiert, was ihn unfähig macht, seine eigene Situation in Beziehung zur Mitteilung des Mediums zu ‚erfahren‘. Erfahrung, die zu politischem Handeln führt, ist nur gegen die Illusionen des Kinos außerhalb zu machen, und hier ist auch die Verbindung zur Situation der in Platons Höhle Gefesselten. Platon, der auf Sokrates‘ Tod anspielt, hält es für unmöglich, daß die Rede des Weisen, der in die Höhle mit der Nachricht von der Wahrheit des Sonnenlichts zurückgekehrt ist, die Disposition der in der Unwahrheit Lebenden ändern kann, eher würden sie ihn (Sokrates) töten als ihre Fesseln ablegen.

Das Höhlengleichnis, sagt Hans Blumenberg, „ist ein Dialog vom Ver sagen des Dialogs“², der unter Schmerzen und Todesgefahr in Gang gekommen ist. Der Bericht des Weisen in der Höhle bleibt unbeantwortet und seine Erfahrung im Licht der Aufklärung ohne Folgen; die dispositiv an die Unwahrheit der Simulakren Gefesselten halten an ihrer Beobachtung der Schatten fest, die sie als die Sache selbst erleben, ohne über ihre Lage nachdenken zu müssen oder zu wollen. Das macht das Kino so schön, daß man wie unter Hypnose selbstvergessen in eine Schattenwelt der Fiktionen eintauchen kann; und das macht das Kino so unfähig für die Beobachtung dessen, was es zur äußeren Wirklichkeit in Beziehung setzen oder als Illusion relativieren könnte.³

Und auch heute noch, nachdem die Filme längst das Kino in Richtung Fernsehen, Video und CD-I verlassen haben, sind die Kinohöhlen ein Refugium fiktiver Gegenwelten geblieben. Das Erlebnis, das die filmische Simulation eines Wirklichkeitseindrucks vermittelt, ist erst unter den Bedingun-

² Hans Blumenberg, *Höhlenausgänge*, Frankfurt/Main 1989, S. 88.

³ Vgl. Jean-Louis Baudry, Das Dispositiv: Metapsychologische Betrachtungen des Realitätsindrucks, in: *Psyche* 48 (1994), Nr. 11, S. 1047-1074 (zuerst in: *Communications* (1975), Heft 23).

gen der Höhle vollkommen. Und auch das postmoderne Kino, das auf eine veränderte, dynamisch gewordene äußere Medienwelt reagiert, kann und will seine dispositive Struktur der Höhle nicht verändern. Im Gegenteil, es verstärkt die Faszination, das heißt die Fesselung des Blicks im Kino, indem es auf der Leinwand das Kino zunehmend auch selbstreferenziell zum ästhetischen Erlebnis und die Illusionsmaschine zu ihrem eigenen Ereignis macht. Woody Allens *Purple Rose of Cairo* (1985) mag exemplarisch sein für einen Trend der Selbatbeobachtung des Kinos im Film⁴, die das Programm der Interaktion der Medien ästhetisch repräsentiert, ohne es – vorerst – als Interaktion zwischen dem Beobachter auf der einen und einem ästhetischen Ereignis, an dem er aktiv beteiligt wäre, auf der anderen Seite zulassen zu können oder zu wollen.

Bevor genauer gesagt werden muß, was hier unter Interaktivität und Ereignis, Erfahrung und Erlebnis verstanden wird, möchte ich kurz auf das zweite angekündigte Modell zu sprechen kommen.
Vor dem Hintergrund amerikanischer Medienerfahrung haben Adorno und Horkheimer in der *Dialektik der Aufklärung* die Bilder und Töne der Massenmedien dem trivialen Mythos, die Aufklärung dagegen allein der Rezursivität der an ihre Kritik gekoppelten Rede zugeordnet. In manipulativer Absicht entsteht Platons Höhle „draußen“ noch einmal und viel wirkungsvoller, wo das Medium Fernsehen als Verbindung von Film und Radio „das Bewußtsein des Publikums von allen Seiten zu umstellen und einzufangen“ und „das Duplikat der Welt unauffällig einzuschmugeln“ angetreten ist.⁵ Parallel zur Klage über den Verfall der Aufklärung unter den Bedingungen

der Kulturindustrie, gleichsam im Dialog der Texte, führen Adorno und Horkheimer das Bild ein, das die Gefahr, aber auch das Rettende bezeichnet („Wo aber Gefahr ist/ Wächst das Rettende auch“⁶): Odysseus, von der Circe kommandiert und von ihr gewarnt, segelt in den „Sendebereich“ der Sirenen, deren Gesang er wohl hören möchte, ohne jedoch die katastrophen Konsequenzen tragen zu müssen, weshalb Maurice Blanchot von der „gefährlosen Gefahr“ spricht, in die sich Odysseus vor den Inseln der Sirenen begibt⁷ und die so charakteristisch für das medienvermittelte Erleben ist. Sein Trick ist bekannt, sich selbst bindet er an den Mast, seiner Mannschaft verstopft er die Ohren. Odysseus ist nicht vom Gesang der Sirenen gefesselt, das wäre tödlich, sondern gegen ihre Verführung an das Schiff, mit dem er dem Strom seiner (das heißt Homers) Erzählung folgt. Indem er das verführerische Gesetz des Mythos, das seine Wiederholung ist, an sich selbst erfüllt, macht er es zunichte, und nur die zu sich selbst im Dialog stehende Erzählung – und selbstverständlich nicht die Töne (man kann ergänzen: und Bilder) des „Senders“ der Sirenen – kann über sich selbst als Mythos aufklären und dazu in Distanz gehen. Rettung ist möglich, nicht indem man der Gefahr ausweicht, sondern indem man listig auf sie eingehet und ihren Bedingungen widerspricht, was jedoch nur in der Verweigerung des Erlebisses und jenseits des Ereignisses im Strom der erinnernden Erfahrung (See‘fahrt) in der Ordnung des historischen Diskurses möglich ist.⁸ Odysseus ‘aktiviert’ die Differenz zwischen *histoire* und *discours*, Geschichte und Erzählen vor dem Hintergrund der *mémoire* und widerspricht

⁴ Vgl. dazu und zu vielen weiteren Beispielen Joachim Paech, Cinema mista. Kino im Film, in: I. Schneider, Chr. W. Thomsen (Hg.), *Hybridkultur. Medien, Netze, Künste*, Köln 1997, S. 118-139.

⁵ Theodor W. Adorno, Prolog zum Fernsehen, in: ders., *Eingriffe. Neue kritische Modelle*, Frankfurt/Main 1970, S. 69-80, hier S. 69.
⁶ Max Horkheimer, Theodor W. Adorno, *Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente*, Frankfurt/Main 1988, S. 69.

⁷ Vgl. Maurice Blanchot, *Der Gesang der Sirenen. Essays zur modernen Literatur*, Frankfurt/Main 1998.

⁸ Vgl. auch Willem van Reijen, The ‘Dialectic of Enlightenment’ Read as Allegory, in: *Theory, Culture and Society*, 5 (1988), No. 2-3 (Special Issue on Postmodernism), S. 409-429, hier besonders S. 422-429.

so dem Gesetz der mythischen Wiederholung, für das die bleichen Gebeine am Strand der Sireneninseln zeugen. Da er es nicht darf, denn nur so kann die Erfüllung des Gesetzes das Gesetz brechen, aber auch weil er den süßen Gesang der Sirenen zu hören begeht, verzichtet Odysseus durchaus nicht auf das triviale Erlebnis und durchkreuzt (!) freiwillig und nicht wie die Höhlenbewohner habituell in ihrer Schattenwelt, gefesselt das Sendegebiet der Sirenen. Die List des aufgeklärten Diskurses appelliert an die Erfahrung diskursiv tradierter Geschichte, die es immer wieder zu durchkreuzen gilt. Heute verkünden die Sirenen, daß Odysseus seine Fesseln losmachen und seiner Mannschaft die Stöpsel aus den Ohren nehmen muß, damit er und die Seinen in ihren Wechselgesang interaktiv einstimmen (oder mit den Wölfen heulen?)⁹ können.

Platons Höhle und Homers Mythos der Odyssee beschreiben Dispositionen der Möglichkeit von Erfahrung, die durch die Anordnungs-Struktur der Subjekte bedingt sind. Zwei mal sind Beobachter gegenüber den mediatisierten Ereignissen ihrer Wahrnehmung „gefesselt“, im einen Fallrettungslos der Illusion des Realen und ihrer Unwahrheit verfallen und im anderen der Ordnung des historischen Diskurses verpflichtet, der zuerst dem Mythos einen Strich durch die Rechnung macht. Die Frage ist, wie der diskursiven Ordnung der Medien und ihrer Macht ihrerseits mit List begegnet werden kann oder ob die neue Freiheit und interaktive „Ungebundenheit“ mediatisierter Kommunikation von Ereignissen und Erfahrungen nicht gerade im

Zuge einer negativen Dialektik die Subjekte um so tiefer in die Fallstricke ihrer mächtigen Illusionen durch eine „Illusion mehr“, nämlich die der Interaktivität, verstrickt. Was also ist unter Ereignissen und Erfahrungen im Kontext interaktiver Medienkommunikation zu verstehen?

2. Interaktion kann nach den folgenden vier Kriterien definiert werden, die alle für die unmittelbare *face-to-face-Kommunikation* gelten:¹⁰
 - a. Es muß einen direkten Kontakt zwischen „Sender und Empfänger“ geben. Offen bleibt, was unter „direkt“ zu verstehen ist.
 - b. Der Empfänger muß auf den Ablauf der Kommunikation Einfluß nehmen, ihn unterbrechen und unmittelbar eine Reaktion hervorrufen können.
 - c. Die Rollenverteilung zwischen Sender und Empfänger muß unkehbar sein.
 - d. Der Empfänger muß die Möglichkeit haben, auf den Inhalt der Kommunikation Einfluß zu nehmen.

Diese Kriterien liegen auch den Interaktions-Ritualen zugrunde, die Erving Goffman¹¹ zu einer regelrechten Interaktions-Grammatik erweitert hat, die jedoch nur aktuell im Medium der gesprochenen Sprache, körperlicher Präsenz und ihrer Zeichenhaftigkeit, das heißt raum- und zeitidentisch für alle Interaktionspartner Geltung hat. Direkt ist die Interaktion zum Beispiel für die Teilnehmer an der *Talk-Show* im Sender auf der einen und für die Zuschauer untereinander auf der anderen Seite, während sie die *Talk-Show*

⁹ Vgl. H. M. Enzensbergers Medienthorie sowie Negt/Kluges Forderung nach Geöffentlichkeit und Alexander Kluges Kulturprogramm im Sender der Sirenen, RTL, das er als Ereignis diskursiver Erfahrungsvermittlung versteht, die von der Umgebung mediatisierter Ereignisse des Fernsehs wie ein Fels in der Brandung überspült, aber nicht vereinnahmt werden kann. Hans Magnus Enzensberger, Baukasten zu einer Theorie der Medien, in: *Kursbuch 20*, 1970, S. 159-186; Oskar Negt, Alexander Kluge, *Öffentlichkeit und Erfahrung. Zur Organisationsanalyse von bürgerlicher und proletarischer Öffentlichkeit*, Frankfurt/Main 1972.

¹⁰ Diesen Vorschlag hat Roger Odin gemacht: *Cinéma et interactivité*, in: *Les Cahiers du CIRCAV*, No. 3 (Interactivité) 1993 (Université de Lille 3), S. 21.

¹¹ Vgl. Erving Goffman, *Interaktionsrituale. Über Verhalten in der direkten Kommunikation*, Frankfurt/Main 1971; Seite 8 ist von „syntaktischen Beziehungen zwischen den Handlungen verschiedener gleichzeitig anwesender Personen“ die Rede.

auf dem Monitor seien. Ohne direkten Kontakt ist die Beziehung zwischen dem Beobachter am Bildschirm und der *Talk-Show*-Gruppe im Fernsehen, zurnal sie räumlich und zeitlich versetzt stattfinden kann.

Eine Interaktion zwischen zwei unterschiedlichen, räumlich und/oder zeitlich versetzten, jeweils aktuellen Kommunikationssituationen findet nicht statt, auch wenn sie über ein Medium vermittelt sind beziehungsweise gerade aus diesem Grunde nicht. Denn Interaktion ist in einer aktuellen Situation immer *face-to-face*-Kommunikation; wogegen für Massenmedien grundsätzlich (nach Niklas Luhmann) gilt,

daß keine Interaktion unter Anwesenden zwischen Sender und Empfänger stattfinden kann. Interaktion wird durch Zwischenschaltung von Technik ausgeschlossen, und das hat weitreichende Konsequenzen, die uns den Begriff der Massenmedien definieren.

Die „Verbreitungstechnologie [...] konstituiert selber nur ein Medium, das Formenbildungen ermöglicht, die dann, anders als das Medium selbst, die kommunikativen Operationen bilden, die die Ausdifferenzierung und operative Schließung des Systems [seine Autopoiesis also] ermöglichen“.¹² Eine kommunikative Operation im Sinne von Interaktion kann nur dann zwischen einer anwesenden medialen Form von Kommunikationstechnologie und einem anderen Agenten stattfinden, wenn auf dieser Ebene erneut die operative Schließung des Systems ermöglicht wird. Die Frage ist, ob es sich dann noch um ein System der Massenkommunikation im oben definierten Sinne handeln kann, wenn die durch technische Medien vermittelte Kommunikation Formen direkter personaler Kommunikation annimmt. Eine Grenzsituation ist sicherlich der telefonische Anruf im Sender während einer Live-Sendung, weil die persönliche Intervention zugleich zum Inhalt von Massenkommunikation wird.

Wenn in solchen Fällen „Kommunikation“ durch „Interaktion“ ersetzt wird, soll suggeriert werden, daß trotz technischer Vermittlung eine der *face-to-face*-Kommunikation analoge Situation geschaffen ist, die anders als bloße Kommunikation auch ein emotives Spektrum interpersonaler Handlungen zum Beispiel des Ausagierens körperlicher *action* und aktiven Eingreifens impliziert, was Interaktionen viel intensiver als „direkte Kommunikation“ im Kontext von Erlebnisverarbeitungen medienproduzierter Ereignisse situiert. Interaktion kompensiert die technisch-apparative Distanz und pointiert die Erlebnisfähigkeit der Medienkommunikation und das nicht nur, wenn es tatsächlich zu personalen Interventionen kommt, sondern generell im tagtäglichen Medienkonsum.

Die Erlebnisfähigkeit „interaktiver“ Medienkommunikation hat andere Verwendungen von Medien abgelöst, deren Dispositionen viel mehr auf Information und Wissen abgestellt waren: Die Beobachtung der Jupitermonde im Fernrohrbild ist zum Beispiel eine Operation des Wissens; die Eisenbahnfahrt und ihr Bild einer bewegten „Landschaft“ am Abteilfenster werden bereits zum Effekt eines Erlebnisses, das auch anders, zum Beispiel im Kino, wiederherstellbar ist. Immer ist es eine Distanz, die zum Erlebnis der Nähe selbst gemacht wird. Entfernte Ereignisse werden überhaupt erst als nahe in der Tele-Präsenz zum Erlebnis, ihre Nähe zum medienvermittelten Spektakel und damit erst zum „erlebbaren Ereignis“, das außerdem den Schein seiner interaktiven Erreichbarkeit und aktiven Teilnahme mitbringt. Das Betreten des Mondes war ein mitgeteiltes Ereignis auf dem Mond; es nah auf dem Bildschirm verfolgen zu können, macht es zum Erlebnis, eine interaktive Beteiligung würde auch dieses Erlebnis zum Ereignis machen. Weil Interaktivität nach wie vor am Vorbild des Ereignishafsten der *face-to-face*-Kommunikation und am Medium der gesprochenen Sprache orientiert bleibt, war das Medium der *live* gesprochenen Sprache, das Radio, das erste „interaktive Medium“ (das liegt auch daran, daß ein Ton, wenn er wiederholt wird, derselbe bleibt, eine visuelle Form aber nur als Schatten oder

¹² Niklas Luhmann, *Die Realität der Massenmedien*, Opladen 1996, S. 10-11.

Kopie wiederholbar ist: ein Ton bleibt „authentisch“). Nicht dem Kino und noch nicht dem Fernsehen, wohl aber dem Radio haben Brecht und Benjamin eine interaktive und in Folge dessen demokratische Funktion des Mediums zugetraut. Radiobastler, Amateurfunker und immer wieder auch (revolutionäre) Guerillakrieger haben sich des Mediums Radio interaktiv bedient in einer Weise, daß das Mittel (das Medium) hinter dem Zweck (der Form seiner kommunikativen Verwendung) weitgehend unsichtbar geworden ist. Als Massenmedium ist die technische und Waren-Form des Mediums Radio wieder in den Vordergrund gerückt, und doch ist sie, weil Radio live ist, prädestiniert für die Schaffung von Ereignissen, die die Zuhörer in einer fantasmatischen akustischen Erlebniswelt vereinigen können.

Beispiele gibt es genug, der fiktive „Krieg der Welten“ von Orson Welles, der in seiner panischen Wirkung ein Metaereignis, ein wirkliches Medienergebnis geschaffen hat, ging nur dem Zweiten Weltkrieg voran, in dem Live-Reportagen vom Bombenkrieg Nazideutschlands über London den amerikanischen Zuhörern zum unmittelbaren Erlebnis des Krieges und Anstoß zum Eintritt Amerikas in den Zweiten Weltkrieg wurden. Bern 1954 hat die ungeheure sozialpsychologische Rolle für die Nachkriegsdeutschen spielen können, weil sie selbst am Radio die Rede des Kommentators zusammen mit dem O-Ton vor Ort in die lebendige Vorstellung vom Fluß der (Fußball-)Ereignisse zurückverwandeln konnten, das sie zu dem nationalstolzen Erlebnis verarbeiten, am Ende doch gesiegt zu haben.

Erfahrungen sind rückgebunden an die Erinnerung und tendieren zum Wissen: Ereignisse sind in ihrer Präsenz nicht wahrnehmbar, wenn sie nicht supplementär, das heißt diskursiv oder narrativ verzeichnet (also aufgeschrieben) oder erlebnisförmig verräumlicht sind, das heißt auf diese Weise überhaupt erst konstituiert werden. Ereignisse sind demnach Strategien, Ereignisse beobachtbar zu machen, indem sie einen Beobachter in ihrem Erlebnisraum so positionieren, daß Ereignisse vorherschbar werden und genau das verlieren, was sie zu Ereignissen macht, ihre Unvorherschaubarkeit. Ereignisse

machen Ereignisse zur gefährlichen Gefahr ihrer Plötzlichkeit. Ein Abenteuer wird erst dann zum Ereignis, wenn man schon vorher von ihm sagen kann, es wird schön gewesen sein. Darin liegt, wie G. Schulze sagt, so etwas wie Erlebnisrealität, die die Ereignisse so organisiert oder systematisiert, daß sie qua Erlebnis zugleich konstruierbar und konsumierbar werden. Auf seine Analyse einer Erlebnisgesellschaft¹³ komme ich noch zurück.

Während Ereignisse überhaupt erst sichtbar werden, wenn sie zum Erlebnis geworden sind, tendieren Erlebnisträume dazu, Ereignisse wieder an das Hier und Jetzt ihrer Beobachter zu binden, das heißt auch, ein Erlebnis soll hier und jetzt zum Ereignis werden. – Nur auf der Rückseite des Erlebnisses wird die erinnernde Erfahrung Ereignissequenzen aus der Unmittelbarkeit ihres Erlebens in Wissen aufheben können.

Meine These ist, daß jede Operation interaktiver Medien als Ereignis erlebniszbezogen ist. Und das hat Konsequenzen einmal in Hinblick auf die Begründung von Interaktivität von Medien und zum anderen auf die Funk-

¹³ Vgl. Gerhard Schulze, *Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart*, Frankfurt, New York 2/1992; das „Muster der Erlebnisgesellschaft“ diskutiert auch: Florian Rötzer, Alles ein Spiel mit tödlichem Ausgang? Vom Homo ludens zum ludo globi, in: *Kunstforum* 129, 1995, S. 62-72. Rötzer überträgt das Muster interaktiver Ereignisseketten als autopoietisch generierte Erlebniswelten auf die Spiolkultur eines Computerzeitalters, das das „Spiel als Paradigma von Prozessen der Interaktion nicht nur von Menschen mit Medien, sondern allgemein von Systemelementen oder Systemen zu gebrauchen“ (S. 64) entwickelt hat. Die Verbindung von Wissenschaft und Spiel ist selbst einer der als *adventure game* Computer-simulierten „Spiel“räume. Die Rückseite der „Erlebnisgesellschaft“ ist die „Risikogesellschaft“, nicht aber eine Machtstruktur, die dem spielerischen Chaos ordnend Einhalt gebietet, um es auf ein „sinnvolles“ Ziel (von Gesellschaft, Gesellschaft, Handeln) auszurichten. Die Späße des Spiels, ursprünglich der Macht entgegengestellt, ist ihrer An/Ordnung grundsätzlich entzogen. Am Ende fragt sich Rötzer, ob nicht auch die neuen Medien-Spieler sich in Höhlen einschließen, in ihre „Spielhölle, eine autonome Welt“, die sich von der realen Welt ablöst. Platons Höhle als Computer-Spiel-Höhle/Hölle?

tion dieser Medien zumal dann, wenn ihnen die Vermittlung von Öffentlichkeit zur Mehrung demokratischer Selbstbeobachtung der Gesellschaft zugeworfen wird. Schließlich wird nahegelegt, daß auch Wissen durch interaktive Medien erlebnisförmig und weitgehend abgetrennt von Erfahrung als Medienwissen vermittelt ist.

Interaktive Medien operieren in einem Erlebnisraum, den sie selbst hergestellt haben (sie selbst konstituieren sich als Ereignis, was in der Werbung, die diesen Aspekt ausbeutet, betont wird, das beginnt bei der ARD und dem ZDF, wo man in der ersten Reihe sitzend die Tomaten abbekommt, die im Programm geworfen werden, und mündet in der Metapher vom „Surfen im Internet“). Es ist klar, daß eine medienvermittelte Öffentlichkeit einer sich selbst beobachtenden und interaktiv regelnden Gesellschaft unter den hier diskutierten Medienbedingungen nur als spezifisch definierter Erlebnisraum vorstellbar ist. Öffentlichkeit wird sich auch anders herstellen lassen, solange sie jedoch als Medienveranstaltung ritualisierte Ereignisse für das aktive Miterleben inszeniert, ist auch (politische) Öffentlichkeit nicht am erinnernde Erfahrung und Wissen, sondern an Bedürfnisse des Erlebens verwiesen. Auch darauf ist noch einmal zurückzukommen.

Zuvor ist zu klären, wie Interaktivität innerhalb eines durch Medien konstituierten Erlebnisraums begründet ist. Die Erlebnisgesellschaft ist wesentlich innengeleitet und subjektzentriert. Daraus folgert Gerhard Schulze, daß die Motivation erlebnisorientierten Verhaltens eines Subjektes, das grundsätzlich an schönen Erlebnissen, guten Situationen oder wie Schulze sagt, einem „guten Leben“ interessiert ist, nicht auf Anstrengungen zur Veränderung der äußeren Wirklichkeit zur Herstellung schöner Erlebnisse gerichtet ist, sondern auf den inneren Effekt, das gute Gefühl, Zufriedenheit. Die Formel für den Urlaub, vorher sagen zu können, „es wird schön gewesen sein“ und entsprechend die Urlaubsfotos für die Nachbereitung zu schießen, zielt nicht darauf, das Beste aus dem Urlaub zu machen, sondern die Gewißheit, daß der Dia- oder Videoabend zu Weihnachten das gute Ur-

laubserlebnis vom Sommer bestätigen wird: Dann handelt es sich gerade nicht um die Erinnerung an den Urlaub, sondern um die Wiederholung des Urlauberlebnisses per Diaserie oder *Videoscreening*, weshalb die Fotos und Videos eine so große Rolle spielen. Werden die Erwartungen nicht erfüllt, liegt das in erster Linie an der mangelnden Erlebnisfähigkeit des Subjekts,

das sich ängstlich selbst in seinen Beobachtungen beobachtet und Hilfe bei den diversen Diensten für Lebenshilfe in den Medien sucht. Diese skeptische Reflexivität ist die eigentliche Interaktion im Medienkontext des Beobachters mit sich selbst, die medienvermittelte Erlebnisse primär zum Anlaß der Selbstbeobachtung nimmt.

Während Kaufhäuser zu Erlebnisparks für den Erlebniskauf oder Restaurants zu Erlebnisorten für das Erlebnis-Essen geworden sind, ist schwerer vorzustellen, wie das Wohnzimmer durch den Einsatz von Fernsehen, Video oder Computer zum interaktiven Erlebnisraum auch per Telepräzinz werden soll, was nichts anderes heißt, daß es den sich selbst beobachtenden Beobachter vor sich selbst zufrieden erscheinen lassen muß, ein Effekt, auf den die Werbeathestik zielt, die den Werbespot bereits zum ästhetischen Ereignis macht, bevor sie auch den Gebrauch der angepriesenen Waren mit Glücksvorherißungen verbindet.

Die erfolgreichste Strategie des Fernsehens hat eine der ältesten Formen der Beteiligung des Publikums im Varieté oder auf dem Jahrmarkt weiterentwickelt: Der Zauberer auf der Bühne fordert das anwesende Publikum, das noch dazu durch seine Vertreter auf der Bühne selbst repräsentiert wird, auf, sich zu überzeugen, daß der Zylinder leer ist, aus dem dann das Kaninchen gezogen wird. Es geht nicht um die Wahrheit des leeren Zylinders, sondern das Erlebnis der gelungenen Täuschung, an der das Publikum als „Zeuge“ beteiligt wurde. Der Blick in den leeren Zylinder prüft nichts, sondern ist bewußter Bestandteil des Gesamtergebnisses, in dem das Erscheinen des Kaninchens ein antizipiertes Ereignis ist, das auch am Bildschirm „authentisch“ erlebt werden kann. Ich behaupte, daß das Fernsehen

insbesondere in der Inszenierung von Authentizität, Telepräsenz und *Live-Übertragung* auf diese Weise funktioniert. Die Mitmacher im Studio haben eher dekorative, bestenfalls symbolische Aufgaben, zumal die Beteiligung am Bildschirm, auf die hin ja Fernsehereignisse inszeniert werden, den Beobachter zu Hause erst in der vor(her)gesuchten Position vorfindet. Während für den Mitmacher im Studio (oder überall dort, wo eine Kamera „im wirklichen Leben“ auftaucht) der technisch-organisatorische Ablauf, an dem er beteiligt wird, die Inszenierung das Erlebnis ist, kann erst der Beobachter zu Hause mit sich selbst beim Lachen mit Schmidt, Weinen bei Schreinemakers, als Voyeur in Zaire oder in Kellern belgischer Reihenhäuser (auch mit seiner Angst und Empörung) zufrieden sein. Die Rückkoppelung findet primär beim Beobachter statt, während die Rückkopplung zum Sender in der Regel das Überschreiten einer Grenze bedeutet, die auf der einen, häuslichen Seite mit (Selbst-)Sicherheit und auf der anderen, medienöffentlichen Seite mit Ängsten verbunden ist (vergleichbar der Angst beim Publikum einer Zauber Vorstellung, einer von den Zuschauern könnte aufgefordert werden, auf die Bühne zu kommen). Die Angst ist mit dem Wunsch verbunden, sich selbst als Zuschauer einer Aktion erleben zu können, was die unmittelbare „interaktive“ Beteiligung ausschließt.

Der Lacanianer Slavoj Žizek hat in seiner Konstruktion des „interpassiven[n] Subjekt[s]“ ebenfalls die Annahme der interaktiven Beteiligung des *Users* an den Medien bestritten (er spricht zunächst vom Computer und erst später auch von den [anderen] Unterhaltungsmedien): Der Kontakt reicht nur bis zum Programm, dem eigentlichen Medien-Agenten, der für den *User* agiert. Aber auch der passiven Konsumentenrolle stimmt er nicht zu, vielmehr erkennt er in der Beziehung zwischen Medien und *Users* ein Übertragungsverhältnis, das von der Übertragung subjektiver Passivität auf die Medien als Agenten ausgeht, die den Zuschauer von der „passiven Teilnahme“ entlasten, indem sie ihn zum Beobachter seiner eigenen Passivität (dazu gehört nach Žizek auch pures Amusement) in den Medien machen.

Interpassivität funktioniert als Übertragung von Befindlichkeiten, Riten, Habitus, Wünschen (zu handeln, auch des Zuschauens) an den Medien-Agenten, wodurch der „Zuschauer“, von dieser Rolle entlastet und gewissermaßen seiner passiven Subjektivität enteignet, seine Aktivität vollkommen „überäußerlichen“ kann. Ein derartig „dezentriertes Subjekt“ würde auch seine Selbstwahrnehmung, das Erlebnis seiner selbst als sekundäre Erfahrung auf die primäre Medienerfahrung projizieren (Žizek vergleicht diese Projektion mit derjenigen der Linken der 60er Jahre, die ihre revolutionären Bedürfnisse als Mitergebnisse auf den weit entfernten Che Guevara projiziert haben, um sich von der Pflicht zur eigenen Aktion zu entlasten; das heißt, sie haben mit ihrem Idol passiv interagiert und ihre eigene Passivität in der Stellvertreter-Aktion kompensiert).

Dieses Modell des „interpassiven dezentrierten Medien-Subjekts“ widerspricht allerdings dem hier diskutierten Modell des sich selbst in seiner Erlebnisfähigkeit beobachtenden, sich selbst genießenden und mit sich selbst interagierenden Medien-Subjekts, das zwar passiv ans Medium gebunden, aber reflexiv aktiv auf sich selbst bezogen ist. Žizek dagegen sieht darin, daß dieser Zuschauer auch seine Passivität noch an das Medium delegiert (was man sich eher im Rahmen der *On-Line*-Dienste vorstellen kann), gerade die Aufgabe (Dezentrierung) des Selbst, mit dem dann keine Interaktion mehr möglich ist (Žizek erwähnt das durchaus „handfeste“ Beispiel der Pornographie als Masturbationsvorlage, die ebenfalls nur noch für das Zuschauen beim Zuschauen gut ist). Die Folgerung, die Žizek zieht, ist etwas zu kulturtkritisch vereinfachend: Es ist das Medium, das „uns unserer Passivität beraubt, unserer authentischen passiven Erfahrung, und uns auf diese Weise vorbereitet auf die hirnlose, frenetische Aktivität unseres täglichen Lebens“.¹⁴

¹⁴ Slavoj Žizek, Das interpassive Subjekt. Was treibt das Ich eigentlich im Cyberspace?, in: *Frankfurter Rundschau* vom 23.7.1997.

Video funktioniert von vornherein auf der Seite des sich selbst beobachtenden Beobachters, es ist ein „narzistisches Medium“¹⁵, das eher einem Spiegel gleicht als einem Fenster oder einer Tür: Während Kino und Fernsehen auf unterschiedliche Weise dennoch wie Fenster in einen imaginären Raum blicken, öffnet der kybernetische Raum (der sogenannte *Cyberspace*) eine Tür in eine, nämlich seine Welt. Video dagegen ist ein Spiegel für die Selbstbeobachtungsbedürfnisse des Medienbeobachters, es ist das privilegierte Medium, in dem der Beobachter sich selbst interaktiv zum Erlebnis machen kann. Und wie es sinnlos erscheint, bei Nichtgefallen am virtuellen Doppelgänger im Spiegelbild herumräkeln zu wollen, so ist es auch für die Video-Gesellschaft einzig praktikabel, über das Spiegelbild die richtige Einstellung zu *sich selbst im Selbsterleben* zu finden. Auch das Videobild stellt die Tele-Präsenz zum Beobachter her, eine Fernnähe, die schon Georg Simmel als Bedürfnis innerer Distanz (Bornierung) und Selbstbeobachtung für den modernen Großstädter konstatiert hat.¹⁶ Anders gesagt, die Paradoxien der Präsenz und der Selbstbeobachtung erzwingen geradezu, sollen sie nicht in Frustration übergehen, jene Distanz, die die eigene Nähe aus der Ferne erträglich oder gar zum Erlebnis macht (Psychoanalytiker würden hier vermutlich von Projektion sprechen).

¹⁵ Christoph Tholen spricht in der Wechselwirkung von Körper und technischem Gerät vom anthropomorphen Narzismus, Mario Perniola geht von „Videokulturen als Spiegel“ aus, und Christopher Lash sieht die elektronische Gesellschaft insgesamt im „Zeitalter des Narzißmus“ (beide in *ars electronica*, 1990: Im Netz der Systeme, S. 50-73). Jean Baudrillard hat das fraktale Subjekt der Videowelt als „eigentümlichen Narziß“ charakterisiert, Jean Baudrillard: Videowelt und fraktales Subjekt (*ars electronica*, 1989), Gerhard Lischka hat analog zum Lacanschen Spiegelstadium des Ich vom „Monitorstadum“ gesprochen, und Rosalind Krauss hat die endgültige Formel dafür gefunden: „Video: The Aesthetics of Narcissism“ (in Hanhardt, Hg., *Video Culture*).

¹⁶ „[...] die sinnliche Nähe von Distanz zwischen Personen, die in irgendwelchen Beziehungen zueinander stehen“, Georg Simmel, Soziologie des Raumes (1903), in: ders., *Schriften zur Soziologie*, Frankfurt/Main 1983, S. 231.

Multimedia, die computergestützte Verbindung aller bisherigen technischen Kommunikationsmedien, ist dann mehr als nur die Addition oder Hybridform ihrer einzelnen Elemente, die man auch unverbunden haben könnte, wenn ihre Verbindung ihr Versprechen auf „Interaktion“ einlösen soll. Künftige Online-Dienste mit Rückkanälen und die Möglichkeit der Wahl unter sehr vielen gleichzeitigen Angeboten, die unmöglich auch nur annähernd „gleichzeitig“ wahrgenommen werden können und unter denen man sich nur schaltend hin- und herbewegen kann, machen das Wohnzimmer zum medialen Erlebnisraum eines gigantischen elektronischen Erlebniskaufhauses.

In diesem Sinne: *The medium is the message* – und noch einmal die Frage: für wen? Ein Beobachter, der zum interaktiven Nutzer eines Multi-media-Dispositivs geworden ist, könnte nun analog zu den eingangs zitierten Kriterien verlangen, daß ein „direkter“ Kontakt zwischen Sender und Empfänger besteht, daß er/sie auf den Ablauf der Kommunikation Einfluß nehmen, Reaktionen auf der anderen Seite hervorrufen, die Rollenverteilung wechseln und auf den kommunizierten Inhalt Einfluß nehmen kann. Die multimediale Interaktion findet nach den hier genannten Kriterien zunächst *face-to-face* mit dem Monitor und mit einer Tastatur statt. Alles andere unterliegt dem Erlebnis einer bestimmten Form, in der Mitteilungen des Mediums (interaktiv) kommuniziert werden. Erlebt wird diese Form, die daher fantasmatisch reformuliert werden kann: Phantasien immersiver Teilhabe lassen den Beobachter die Grenze zum Gegenüber kreuzen und sich auf der anderen Seite des Mediums beobachten, wo er/sie auf Datenautobahnen unterwegs ist, auf einem Meer von Daten surfend sich bewegt und sich in der Platine an schlechten Lötsstellen stößt (ich denke an Lisbergers Film *Tron*). Dabei handelt es sich um metaphorische Beschreibungen, die offenbar anders nicht wiedergeben können, was auch Cocteau's *Orphé* beim Durchgang durch den Spiegel erlebt und Alice hinter den Spiegeln gesehen hat. Die Paradoxien des selbstreflexiven Beobachters und der

simultanen Präsenz an verschiedenen Orten, die auch Alice zu schaffen gemacht haben und die den Beobachter seines Spiegelbildes zwingen, sich im Spiegel als einen anderen zu sehen, wenn es nicht wie im Falle von Alice zu paradoxen Serien von Rückkoppelungen¹⁷ kommen soll, könnten durch die Tele-Präsenz, eine Nähe der die Zeit verräumlichen Distanz, entschärft werden. Nun aber soll der „Stand-Punkt“ des Beobachters, der ihn/sie ins reflexive Verhältnis zum Ereignis seines Medienerlebnisses gesetzt hat, zum distanzlosen „Seins-Punkt“ innerhalb des multimedialen Medieneignisses werden, wo das Erlebnis seiner selbst interaktiv mit allen Sinnen bis zur Berührung statthalt (und der Tastsinn sich nicht nur analog zur Tastatur metaphorisch herstellt und Cybersex-Phantasien die Folge sind).

Die Rede ist von einer „neuen Kartographie unseres sinnlichen Erlebens“,¹⁸ die allerdings von der alten bekannten anthropomorphen Prothesentheorie der Kommunikationsmedien ausgeht. Multimedial kartografiert wurde der mit sich selbst vernetzte Mensch an derselben Stelle, an der er sich wahrimmt, simultan erscheinen und tatsächlich im blinden Fleck seiner Beobachtung verschwinden, wenn nicht doch die Rekursivität der Selbstbeobachtung wieder säuberlich trennen würde zwischen virtuellem Spiegelbild und gespiegeltem Subjekt, das auch vor dem Monitor, auf dem die Oberfläche zur Simultaneität der Fensterblicke multimedialen Mitteilungen geworden ist, das „Erlebnis des Surfens im Internet“ oder das „Erlebnis des Online-Shoppings“ für das Subjekt in einer Erlebnisgesellschaft reklamiert. Die Übertragung des Lacanschen Modells des „Spiegelstadiums“ auf

das „Monitorstadium“¹⁹ als Bildner der Ichfunktion²⁰ macht vor diesem Hintergrund Sinn, denn hier wie dort findet ein Drama statt, dessen innere Spannung von der Unzulänglichkeit auf die Antizipation überspringt und für das an der lockenden Täuschung der räumlichen Identifikation festgehaltene Subjekt die Phantasmen ausheckt, die, ausgehend von einem zerstückelten Bild des Körpers, in einer Form enden,²⁰

die Lacan mit „wahnhafter Identität“ bezeichnet hat.

Die Vorstellung einer vom Stand-Punkt zum Seins-Punkt verlagerten Beobachterposition im Multimedia-Dispositiv umgeht phantasmatisch eine Schwierigkeit, die auch das Interaktions-Konzept des Erlebnisraumes angeht: von Kino, Fernsehen und Video beschäftigt hatte und dessen Lösung hier wie dort als Interaktion des Subjekts mit sich selbst in der rekursiven Selbstbeobachtung hergestellt wurde. Multimedia möchte erlebt werden und wird, wenn es einmal funktioniert, sicherlich erlebt analog zum Erlebniskaufhaus, Erlebnispark etc. Hier wie dort sind die Waren, solange sie Tauschwerte darstellen, Symbole ihres Gebrauchswertes, also Bilder, die den Gebrauch des Abgebildeten imaginär vorwegnehmen, ohne an seine Stelle treten zu dürfen. Daher hat Norbert Bolz recht, wenn er sagt, daß die Werbung die „schlüsselfigste Selbstbeschreibung unserer [Erlebnis-]Kultur ist“²¹, weil sämtliche Ereignisse der Kommunikation wie in einem Kaufhaus zunächst in Erlebnisse eingetauscht werden, die auf ihren subjektiven Wert hin reflektiert und erst dann auch konsumiert werden, wobei der Konsum

¹⁷ Vgl. Gilles Deleuze, *Logik des Sins*, Frankfurt/Main 1993.

¹⁸ Vgl. Derrick de Kerckhove, Jenseits des Globalen Dorfes. Infragestellen der Öffentlichkeit, in: Rudolf Maresch, (Hg.), *Medien und Öffentlichkeit. Positionierungen, Symptome, Simulationsbrüche*, München 1996, S. 145.

¹⁹ Vgl. Gerhard Johann Lischka, Monitorstadium, in: *Kunstforum International*, Nr. 105, 1990, S. 162-167.

²⁰ Jacques Lacan, Das Spiegelstadium als Bildner der Ichfunktion, in: ders., *Schriften I*, Frankfurt/Main 1975, S. 67.

²¹ Norbert Bolz, Weltkommunikation. Über die Öffentlichkeit der Werbung, in: Rudolf Maresch (Hg.), *Medien und Öffentlichkeit. Positionierungen, Symptome, Simulationsbrüche*, München 1996, S. 77.

dahin tendiert, die Spannung zwischen Ereignis und Erlebnis so lange wie möglich aufrechtzuhalten, indem es gerade diese Spannung ist, die konsumiert wird (man denke an ein ritualisiertes Erlebnisessen, wo es aus Schlankheitsgründen kaum etwas zu essen, aber viel gastronomischen Aufwand zu erleben gibt). Was im der Simultaneität von Ereignis (darunter verstehe ich jede Form von Mitteilung) und Erlebnis keine Rolle spielt, ist Erfahrung, es sei denn, man würde dem Medium selbst und seinem Gedächtnis in anthropomorphisierender Absicht so etwas wie Erfahrung unterstellen, die sich der erlebnisorientierte Nutzer medial zu eignen machen könnte.

Interaktivität im Erlebniskaufhaus bedeutet in erster Linie, die Wahl zu haben. Der Eingriff in die Ordnung des Sortiments und die Form direkter Einflußnahme liegt im Auswählenkönnen, das auch zum eigentlichen Erlebnis der Interaktivität wird. Das Fernsehen ist schon mit seinen bisher circa 30 Programmen eine Art Programmkaufhaus, dessen Form mit der oft als demokratisch begründeten Möglichkeit größerer und selbstbestimmter Auswahl begründet wird. Der erlebnisorientierte Konsument gehorcht und macht seinerseits die Auswahl zum Programm. Die reflexive Struktur seiner (Selbst-)Beobachtung macht es meines Erachtens unmöglich, daß bloßes Zapping zu einem befriedigenden Erlebnis werden kann. Stattdessen bietet Multimedia, wenn es einmal funktionieren wird, simultanes *Zapping* auf derselben Oberfläche, wo eben die Programme nicht mehr nacheinander, sondern nebeneinander angeordnet werden können: Erst jetzt sind das Erlebniskaufhaus mit *online-banking* oder der Erlebnispark oder der CNN-Erlebniskrieg oder alles auf einmal auch multimedial realisiert.

3. Wie steht es unter diesen Bedingungen mit den Hoffnungen, daß die Medien-Macht oder die Macht, die sich den Medien verdankt, durch Strategien der Interaktivität relativiert oder gar demokratisiert werden könnten? Wenn man unter Demokratie ein Verfahren versteht, durch das die Mitglieder einer Gesellschaft an ihrer Konstitution als Gesellschaft ständig aktiv

beteiligt werden und dieser Konstitutionsprozeß in Form der Selbstbeobachtung der Gesellschaft im Raum ihrer immer wieder neu auszugrenzenden Öffentlichkeit(en) vor sich geht, dann ist unter den hier aufgestellten Prämissen zu fragen, in welchem Verhältnis der medial konstituierte Erlebnisraum selbstreflexiver Subjekte zum Öffentlichkeitsraum demokratischer Selbstbeobachtung und Interaktion der Gesellschaft steht.

Zwei mögliche Antworten bieten sich an. Auf der einen Seite deutet die sich klar abzeichnende Tendenz in der Medientwicklung, immer mehr über die Disposition des Beobachters in einem medial konstituierten Erlebnisraum verfügen zu wollen, auf eine zunehmende Überlagerung von mediatisiertem Erlebnisraum und Funktionen gesellschaftlicher Öffentlichkeit, auf eine zunehmende Durchdringung des Privaten mit Funktionen von Politik. Die Politik erreicht ihre Adressaten zu Hause, also macht sie zu Hause Politik: Mir ist das Bild von Nancy und ihrem Mann, dem Schauspieler und Politiker Ronald Reagan, in Erinnerung, wie sie *en famille* zu Hause im „Weißen Haus“ vor dem heimischen Fernseher „Politik“ machen für „die anderen Amerikaner“, ebenfalls zu Hause am Fernseher, von „Haus zu Haus“ gewissermaßen. Wenn man diese Tendenz in die medialen Hybridformen und die digitalen Netze weiterverfolgt, dann muß man vermuten, daß sich ein gesellschaftlicher Ort „Öffentlichkeit“ schließlich in den „Nicht-Ort“ der digitalen Netze auflösen wird, wo das Verhältnis des politisch Möglichen zum Realisierten zu dem ganz anders gelagerten Verhältnis des Virtuellen zum medial Aktualisierten²² austauschen müßte. Politische Programme dürfte man sich dann als „Software“ und Codierung derjenigen Texte und Bilder vorstellen, die sie ermöglichen und deren effektive Unsichtbarkeit von den Ereignissen der bunten Internet-Erlebniswelt verdeckt wird. Daher die aufklärerische Forderung von Friedrich Kittler, daß wir von gegenwärtig An-

²² Vgl. dazu Pierre Lévy, *Qui est-ce que le virtuel?*, Paris 1995.

alphabeten zu mündigen Alphabeten der Programmiersprachen und Adressiercodes werden müssen.

Wenn man, wie ich, jedoch nicht davon ausgeht, daß in ihrer Hybridform oder in den digitalen Netzen die Medienrealität mit der gesellschaftlichen Realität identisch geworden ist oder es werden könnte und wir dabei sind, zu Lötsstellen in Platinen zu werden, dann kann es sich im Verhältnis von Medien und Öffentlichkeit nicht um Identität, sondern nur um partielle Überschneidungen handeln, die nur einen Teil der Beziehungen der Subjekte zur Öffentlichkeit abdecken. Arbeitslosenzahlen in der Tagesschau oder Heute-Sendung des Fernsehens ebenso wie im Internet, wo man in einem weiten Fenster kontrastiv noch eventuell Zunahmen von Unternehmergewinnen darstellen kann, unterscheiden sich nach wie vor von der Erfahrung des Sitzens auf den Gängen im Arbeitsamt, die sich auch nicht ändert, wenn sie wiederum im Fernsehen abgebildet wird. Ich denke, daß sich für die Subjekte nach wie vor so etwas wie eine interaktiv konstituierte Öffentlichkeit im unvermeidlichen Auseinanderbrechen von Erlebnis- und Erfahrungswelt (zum Beispiel des Arbeitsplatzes) herstellt – obwohl die erlebnisförmigen Überlagerungen von gemachten Erfahrungen in alle und gerade auch in die intimsten Lebensbereiche eindringen. Gerade die Selbstreflexivität im Umgang mit Medieneignissen und die hohen Anforderungen, die an ihre befriedigende Unterhaltungsqualität gestellt werden, führen zu Frustrationen und Verweigerungen, was die Medien zu immer größeren Anstrengungen herausfordert: Ein Ereigniskanal (ZDF) wird nicht nur über Ereignisse informieren, sondern selbst zum Ereignis werden müssen, Reisesendungen dagegen sind auf der Programmebene nicht mehr überbietbar, also werden die Fernsehanstalten ihrerseits zu Reiseunternehmern, die ihre Zuschauer an die

Orte transportieren, die sie ihnen im Programm gezeigt und deren Besitz per Videokassette sie vorbereitet haben. Allerdings ist mir bisher nicht bekannt worden, daß ähnlich mit der Arbeitswelt der Menschen verfahren wurde, was wohl erst möglich ist, wenn auch sie an den virtuellen Raum

angeschlossen ist, der die Quasi-Objekte der Arbeit am Computer „mit gleicher Münze“ an gleichen Nicht-Ort heimzahlt, mit bewegen Bildern und mit Texten. Die Tendenz zur Virtualisierung der Körper und ihrer rechnerischen Aktualisierung im Netz läßt immerhin möglich erscheinen, daß sich so etwas wie „virtuelle Öffentlichkeiten“ herausbilden könnten.

Dispositive der Macht neigen dazu, als zulässige Form demokratischer Teilnahme an der Öffentlichkeit den Konsens vorauszusetzen und seine Herstellung den Medien ebenso zu trauen, wie sic als Ursache für Formen des Dissens gescholten, und wenn sie heftiger oder gewaltförmig sind, sogar verantwortlich gemacht werden, um sie dort auch zu „bekämpfen“. Gewohnt, Politik als Medieneignis zu inszenieren, werden auch Zustimmung und Abneigung zu medienpolitischen und an Medien maßbaren Formen, während es tatsächlich in vielen Teilstofflichkeiten und privaten Bereichen handelnde wirkliche Menschen sind, die auch in dieser medienverliebten Erlebnissellschaft wirklich leben und handeln. Nicht die Interaktivität der Medien, sondern diejenige der Menschen ist es auch im Umgang mit den Medien, die das immer wieder erneuerbare Versprechen auf Demokratie einlösen muß.

Zum Schluß möchte ich noch einmal auf meine eingangs zitierten Modelle zurückkommen. Das Außen des Höhengleichnisses ist der Diskurs, der es zu seinem anderen, zum Argument seiner aufgeklärten Absicht macht: Platon erzählt, daß Sokrates erzählt, wie er Glaukon das Höhengleichnis erzählt habe. Das Außen des Mythos in der Odyssee ist die Rede, die zu seiner Erzählung Stellung nimmt und die List, mit der das wiedererzählte Gesetz der mythischen Wiederholung gebrochen wird, als Erfahrung mitteilt. Die Diskurse haben ihren Ort außerhalb von Bilder-Höhle und Mythos, und dieser Ort diskursiver Reflexivität ist zugleich der Ort einer sich mit sich selbst über ihre Verführbarkeit zu Schattenwelten und Sirenenklängen verständigenden gesellschaftlichen „Öffentlichkeit“. Eine „demokratische“ Perspektive der medienvermittelten Erlebniswelt ist das von ihr selbst immer auch mitproduzierte „Außen“ ihrer diskursiven Reflexion, wobei die

Medieneignisse (die Schatten und Sirenenklänge) nur Anlaß für das subjektive Selbsterlebnis von Rezipienten sind, deren Einverständnis noch keineswegs ausgemachte Sache ist.

Diese demokratische Perspektive, die der Rede die Macht auch über die Simulationen der Medien einräumt, ist noch immer an der Habermas'schen Diskursethik orientiert, die als Ort dieser (Gegen-)Rede nur das Außen einer mediatisierten Welt annehmen kann. Diese Rede verständiger Subjekte weiß listig die Spannung des (medial) Möglichen zum wirklichen Leben, in der auch die Werbung notwendig operiert, zugunsten wirklicher Erfahrung auch in Erlebnisgesellschaften noch aufrechtzuerhalten. Erst wenn das „Außen“ diskursiver Reflexion keinen Ort mehr hat, der es von den diskursiven Ereignissen in der Konstruktion von Wirklichkeiten unterscheidet, wie das schon jetzt von Jean Baudrillard und anderen behauptet wird, besteht Anlaß, Perspektiven einer vollkommenen mediatisierten „virtuellen Demokratie“²³ zu diskutieren, in der jeder der Höhlenbewohner über einen eigenen Fernseher verfügt und sich mit den anderen über Bildtelefon verständigt und in der Odysseus die Ungebundenheit des schnurlosen Handy schätzt, mit dem er Penelope schon mal seine Ankunft ankündigt, während seine Mannschaft jeder für sich an seinem Walkman hängt. Gegen die Medien haben die Mythen keine Chance, es sei denn, die Medien schaffen sich eigene, neue Mythen; die Behauptung der Demokratisierung durch interaktive Medien scheint einer dieser neuen Mythen zu sein.

²³ Vgl. Pierre Lévy, *Qu'est-ce que le virtuel?* Paris 1995.