

„The People formerly known as the Audience“ Eine thematische Einführung

Prof. Dr. Michael Jäckel, Universität Trier

Wer sich mit der Geschichte der soziologischen Kategorie des „Publikums“ beschäftigt, wird zunächst die berechtigte Frage stellen dürfen, ob es sich dabei überhaupt um eine soziologische Kategorie handelt. Er wird diese Frage verneinen dürfen, wenn er beispielsweise in Hillmanns „Wörterbuch der Soziologie“ schaut und dort unter der Kategorie Publikum lesen kann: „»Teilnehmende Öffentlichkeit«, die Teilnehmer einer Veranstaltung, Besucher von öffentlichen Einrichtungen. Als Grundbegriff der Publizistik der Kreis der Rezipienten, der tatsächlich von einem Massenmedium erfasst wird oder der lediglich innerhalb des technischen und sozialen Streubereiches solcher Medien die Chance der Nutzung hat.“ (Hillmann 2007: 718) Von „teilnehmen“ und „erfassen“ ist die Rede. In der Tat schwankt die Einordnung dieser Kategorie zwischen Aktivität und Passivität, zwischen Engagement und Duldung, zwischen Loyalität und Widerspruch. Als Robert Ezra Park im Jahr 1904 seine deutschsprachige Dissertation an der Universität Heidelberg vorlegte, grenzte er das Publikum explizit von der Masse ab, indem er ihm eine kritische Fähigkeit zuschrieb. In der Masse herrsche der Instinkt, im Publikum komme dagegen die Vernunft zur Geltung, „wodurch das Publikum eine höhere Gesellschaftsform als die Masse zu sein scheint.“ (Park 1904: 107f) Auch Maletzke hat in seiner umfangreichen Systematisierung des Begriffs und in bewusster Abgrenzung der Begriffe Masse, Massenkommunikation und disperses Publikum auf die Besonderheiten dieser sozialen Erscheinungsform hingewiesen. Im Vordergrund standen die räumliche Dimension und die Differenz zum Präsenzpublikum sowie die Konsequenz für Rollenspezialisierung und arbeitsteilige Differenzierung unter den Empfängern der Aussagen der Massenkommunikation. Im Hinblick auf eine kategoriale Bestimmung des Phänomens sind seine Anfang der 1960er Jahre vorgelegten Systematisierungen bis heute sehr hilfreich, was sich unter anderem an dem Versuch ablesen lässt, das Feldschema der Massenkommunikation auf das Zeitalter des Internets auszuweiten. Burkart und Hömberg sprachen explizit von dem heuristischen Potential seines Feldschemas (vgl. Burkart/Hömberg 2004: 265) und skizzierten ein „Modell elektronisch mediatisierter Gemeinschaftskommunikation“ (ebenda).

Dies ist eine erste zeitgeschichtliche Perspektive zum Zwecke der Veranschaulichung eines gewandelten Publikumsverständnisses. Man könnte den Blick auch in die zweite Hälfte des 18. Jahrhunderts lenken und von dort eine allmähliche Verschiebung eines häufig idealisierten Publikumsbegriffs rekonstruieren, z.B. bis hin zu den eher von Prozessen sozialer Entfremdung verstärkten Vorstellungen eines manipulierten Publikums, das sich seiner Bedürfnisse nicht mehr bewusst ist. Liest man vor diesem Hintergrund noch einmal die einleitenden Sätze von Adornos Essay „Kann das Publikum wollen?“, wird die eher negative Rahmung des Publikums im Zuge des Aufkommens der Massenmedien und der Massenkommunikation noch einmal deutlich: „Lassen Sie mich mit dem Geständnis beginnen, daß ich den formalen Aspekt der Frage »Kann das Publikum wollen?«, Fernsehen überhaupt beeinflussen, für einigermaßen gleichgültig halte. Auf die

The People formerly known as the Audience

Beiträge zum Verständnis und Wandel der Publikumsforschung

sogenannte Einbahnstruktur der Massenmedien ist immer wieder hingewiesen worden; man weiß auch, daß das Publikum allerhand Möglichkeiten hat, ihr entgegenzuwirken: Briefe zu schreiben, zu telefonieren, wohl auch selber, mehr oder minder symbolisch, an Sendungen aktiv sich zu beteiligen. All das hält sich in engen Grenzen.“ (Adorno 1986 [zuerst 1963]: 342). Adorno weiß also um die Möglichkeiten der Einflussnahme, aber auch um deren Rahmenbedingungen, und sieht vor allen Dingen Querulanten oder ohnehin Medienaffine am Werk. Sehr prägnant formuliert er: „Je dichter das Netz der Vergesellschaftung geflochten und womöglich ihnen über den Kopf geworfen ist, desto weniger vermögen ihre Wünsche, Intentionen, Urteile ihm zu entschlüpfen. Gefahr ist, daß das Publikum, wenn man es animiert, seinen Willen kundzutun, womöglich noch mehr das will, was ihm ohnehin aufgezwungen wird.“ (ebenda: 343) Gut 30 Jahre später äußerte sich Luhmann weniger kritisch, aber ebenso eindeutig, indem er die Interaktionen zwischen Sender und Empfängern als Ausnahme beschrieb: „Entscheidend ist auf alle Fälle: dass keine Interaktion unter Anwesenden zwischen Sender und Empfängern stattfinden kann. Interaktion wird durch Zwischenschaltung von Technik ausgeschlossen und das hat weitreichende Konsequenzen, die uns den Begriff der Massenmedien definieren. Ausnahmen sind möglich (doch nie: mit allen Teilnehmern), wirken aber als inszeniert und werden in den Senderäumen auch so gehandhabt.“ (Luhmann 1996: 11) Für Adorno ist es also das gesellschaftliche Sein, welches das Bewusstsein bestimmt; für Luhmann sind es die Grenzen der Partizipation, die nun einmal in den technischen und organisatorischen Möglichkeiten verankert sind und Beteiligung begrenzen.

Der Hinweis „doch nie: mit allen Teilnehmern“ lädt ein zu einem Vergleich mit einer rhetorischen Frage, die Jay Rosen im Jahr 2006 wie folgt formulierte: „If all would speak who shall be left to listen? Can you at least tell us that?“ (Rosen 2006) Für ihn haben neue Informations- und Kommunikationstechnologien und dadurch entstandene elektronische Plattformen ein neues Heraustreten aus den Grenzen des Privaten eröffnet, technische Einschränkungen entfallen. Er sieht also – ähnlich wie Steven Johnson – die Chance, dass nach „einem halben Jahrhundert der Isolation durch die Technik [...] wir endlich [lernen], wieder Verbindung miteinander aufzunehmen.“ (Johnson 2006: 132) Eine formale Definition könnte nach Rosen wie folgt lauten: „The people formerly known as the audience are those who were on the receiving end of a media system that ran one way, in a broadcasting pattern, with high entry fees and a few firms competing to speak very loudly while the rest of the population listened in isolation from one another – and who today are not in a situation like that at all.“ (Rosen 2006)

Dieser zweite zeitgeschichtliche Strang führt uns also erneut ein verändertes Verständnis des Publikums und der Publikumsrolle vor Augen. Die „teilnehmende Öffentlichkeit“, von der Hillmann in seiner Definition sprach, fordert gleichsam auch die Frage heraus, wie sich Publikum und Öffentlichkeit zueinander verhalten. Da gerade auch in der jüngsten Gegenwart einer vor allem durch neue Informations- und Kommunikationstechnologien geschaffenen politischen Öffentlichkeit erhebliches Wirkungspotential zugeschrieben wurde, lohnt sich ein differenzierender Blick auf Gemeinsamkeiten und Unterschiede. Sind, mit anderen Worten, die Menschen in Tunis, Kairo und Tripolis noch Publikum oder bereits Öffentlichkeit?