

# MEDIEN DES WANDELS

## TRANSFORMATIONEN DER ÖFFENTLICHKEIT

---

Ein Essay von Anil K. Jain

### 1. EINE NEGATIVE BEGRIFFSBESTIMMUNG

Man kann das Phänomen »Öffentlichkeit« nur verstehen, wenn man sich »negativ« an ihren Raum annähert: Die öffentliche Sphäre entsteht erst in Abgrenzung zum Privaten. Die *scharfe* Abgrenzung dieser beiden Sphären war historisch allerdings nicht immer gegeben (und hat sich vielleicht auch bereits wieder aufgelöst). Die *Realität* der Öffentlichkeit ist demnach nicht statisch zu denken, sie ändert ihren Charakter mit den Wandlungen ihres sozio-kulturellen Rahmens und den ökonomisch-technischen Rahmenbedingungen. Wie sich die Sphäre der Öffentlichkeit durch den Einfluß neuer Medien verändert, soll hier untersucht werden. Dazu ist zweierlei erforderlich: Zunächst muß (»idealisiert«) bestimmt werden, was unter Öffentlichkeit verstanden werden soll, und dies ist, wie erwähnt, nur in (dialektischem) Bezug zum ihrem Gegenpol möglich – also in Relation zum Begriff des Privaten (das uns so viel »näher« steht als das Öffentliche).

Wie aber wird die Sphäre des Privaten gedacht, »vorgestellt«? Strukturell ist die Sphäre des Privaten offenbar gebunden an das Vorhandensein eines (konkreten) Raumes: den Rückzugsraum der *eigenen* Wohnung, des *eigenen* Zimmers oder irgend eines anderen fest umgrenzten *Bereichs des Eigenen* (vgl. auch Beck: *Eigenes Leben*; Kap. II). Es ist also auf einer sehr greifbaren Ebene der für jedes Individuum essentielle *Besitz eines zur eigenen Disposition stehenden Raumes*, der das Private charakterisiert und umgrenzt. Daß jedes Individuum einen Raum für seine Selbstentfaltung *benötigt*, darauf hat auch schon Erving Goffman hingewiesen. Goffman spricht von »Territorien des Selbst«. Diese Territorien oder »Reservate« (wie er sie auch nennt) werden, um den eigenen Besitzanspruch abzusichern, von den Individuen mittels bestimmter »Markierungen« (z.B. einem Gartenzaun) gekennzeichnet – und damit abgegrenzt. Das minimale Territorium des Selbst ist aber offensichtlich der eigene Körper (vgl. *Das Individuum im öffentlichen Austausch*; S. 67).

Die »Territorien« des Selbst beziehen sich jedoch weiterhin auf bestimmte *Wissensvorräte*. So wollen wir in der Regel nicht, daß der Nachbar von gegenüber uns beim Entkleiden oder der Morgentoilette beobachten kann, und wir wollen eben auch nicht, daß jeder x-beliebige über unsere Finanzsituation und unser Liebesleben Bescheid weiß. Der Raum des Privaten ist also seinem Charakter nach »exklusiv«, er schließt andere aus – vom Zugang zu unseren Dingen, aber auch vom Zugang zu unserer Gedankenwelt (und unserem Wissen). Alleine wir entscheiden darüber, wem wir Einlaß gewähren. Denn das Private ist (nicht so sehr in der »Realität«, aber in unserer idealisierenden Vorstellung) ein Raum der Nähe, der Vertrautheit, der Intimität, in dem die (sozialen) Kontrollen nicht voll wirksam sind – weshalb es umso wichtiger ist, den Zugang zu kontrollieren.

Nachdem die (Gegen-)Sphäre des Privaten nun derart umrissen wurde: Was zeichnet Öffentlichkeit aus? Die öffentliche Sphäre darf kein Raum der Exklusion sein, sondern sie ist ein *Raum der Inklusion* und *notwendig durch Offenheit charakterisiert* (vgl. auch Thompson: *The Media and Modernity*; S. 120ff.). Dies betrifft beides gleichermaßen: die Möglichkeiten des physischen Zugangs und der Information, d.h. Öffentlichkeit bedeutet auch den Zugang zu bestimmten Wissensinhalten. Gleichzeitig ist Öffentlichkeit aber ihrem Charakter nach ebenso ein *Raum der Distanz und der (Selbst-)Kontrolle*. Für Niklas Luhmann ist es deshalb ein wesentliches Merkmal von Öffentlichkeit, daß Individuen, die in den öffentlichen Raum treten, sich (in der Regel) darüber bewußt sind, daß sie beobachtet werden (können) – d.h. ihr eigenes Beobachtetwerden beobachten (vgl. *Die Politik der Gesellschaft*; S. 283–298).

Damit erfolgt eine Disziplinierung, eine *Verinnerlichung der eigenen Rolle und des Blicks der anderen* auf uns. Es kommt also ein ähnlicher Mechanismus zum Tragen wie er von Foucault am Beispiel des Bentham'schen Panoptikums beschrieben wurde: Der Gefangene im gläsernen, panoptischen Gefängnis internalisiert den Blick des Wächters und damit das Machtverhältnis, das zwischen beiden herrscht (vgl. *Überwachen und Strafen*; S. 257). Die Sphäre der Öffentlichkeit kann entsprechend als *gigantisches Panoptikum* aufgefaßt werden. Oder in Anlehnung an Freud formuliert: Die Öffentlichkeit ist ein Raum der Dominanz des Über-Ichs.

## 2. DIE VIER STUFEN DER TRANSFORMATION DER (MEDIEN-)ÖFFENTLICHKEIT

Im Anschluß an die – in Absetzung zum Begriff des Privaten – erfolgte theoretische Bestimmung des Begriffs der Öffentlichkeit, soll nunmehr im folgenden untersucht werden, wie sich die Realität von Öffentlichkeit im historischen Verlauf darstellte und durch den Einfluß von Kommunikationsmedien wandelte:

### A) DIE KONKRETE UND »UNBELASTETE« ÖFFENTLICHKEIT DER VORMODERNEN WELT:

Die Öffentlichkeit der vormodernen Welt hatte ganz überwiegend den Charakter des Konkreten. Sie war durch die aktuelle Gegenwart eines anderen gekennzeichnet, der im Normalfall auch kein Fremder, sondern eine Person aus dem unmittelbaren Lebensumfeld war: Nachbar, Mitbewohner des Dorfes oder Stadtviertels, Freund, Feind, Verwandter, Bekannter. Es handelte sich bei den öffentlichen Handlungen in der Regel um *face-to-face-Interaktionen*, die zudem in einem klar definierten öffentlichen Raum stattfanden. Der Grad der »Medialisierung« war entsprechend gering, und der öffentliche Raum diente auch weniger als in späterer Zeit der politischen Kommunikation, sondern der Repräsentation von Status, wie insbesondere Habermas herausstellt. Mit dieser Vorstellung verbunden ist, daß Öffentlichkeit noch nicht klar von der privaten Sphäre geschieden war (vgl. *Strukturwandel der Öffentlichkeit*; S. 60f.). Viele heute

als privat aufgefaßte Handlungen (wie etwa das Baden) wurden im öffentlichen Raum verrichtet (vgl. z.B. Mumford: *Die Stadt*; insb. Band 1, S. 332ff.). Die Momente von Distanz und Kontrolle waren also noch nicht sehr ausgeprägt (vgl. auch Elias: *Über den Prozeß der Zivilisation*).

## **B) DIE POLITISIERTE UND KODIFIZIERTE ÖFFENTLICHKEIT DER AUFKLÄRUNG:**

Aufgrund des enormen Wachstums verloren insbesondere die städtischen Milieus jene Konkretheit, die ich für die Öffentlichkeit der Vormoderne herausgestellt habe. Man mußte also Regeln für eine hochgradig anonyme Interaktion finden. Es entwickelte sich – auch darauf hat insbesondere Elias hingewiesen – ein *stark kodifiziertes System von Umgangs- und Höflichkeitsregeln* heraus. Zur Identifizierung der sozialen Position griff man dabei auf Merkmale wie Kleidung, Habitus und sprachlichen Ausdruck zurück (vgl. ebd.; S. 84–108). Die Bedeutung solcher äußerer Symbole war groß (weshalb man mit gutem Recht auch und gerade die bürgerliche Öffentlichkeit als »repräsentativ« bezeichnen könnte). Die Einbringung persönlicher Gefühle spielte in der öffentlichen Interaktion im »Ancien Régime« dagegen, nach Sennett, kaum eine Rolle (vgl. *Verfall und Ende des öffentlichen Lebens*). Diese »Anti-Intrazeption« ist für ihn sogar allgemeiner Maßstab intakter Öffentlichkeit.

Habermas stellt in ähnlicher Weise heraus, das sich mit dem kapitalistischen Zentralstaat und der Druckerpresse das bürgerliche Öffentlichkeitsmodell herausbildete, das durch ein vergleichsweise hohes Maß an Politisierung gekennzeichnet war. Dabei gilt für Habermas, »daß dieser [...] Öffentlichkeitstypus den geschichtlichen Hintergrund für die modernen [rationalen] Formen der Kommunikation bildet« (*Strukturwandel der Öffentlichkeit*; S. 17). Damit besitzt die bürgerliche Öffentlichkeit der Aufklärung für Habermas ein »utopisches« Moment: Denn obwohl faktisch auf den Kreis des Bürgertums selbst begrenzt, war bürgerliche Öffentlichkeit (zumindest dem Ideal nach) durch allgemeine Zugänglichkeit gekennzeichnet, und obwohl Ausfluß des bürgerlichen Klasseninteresses, blieb öffentliche Meinung (zumindest gemäß ihrer Rhetorik) dem allgemeinen Wohl verpflichtet (vgl. ebd.; S. 148–160). Sie kommt damit dem oben in Abgrenzung zum Privaten allgemein-abstrahierend entwickelten Verständnis von Öffentlichkeit sehr nahe.

Dabei muß man sich jedoch bewußt machen, daß der öffentliche Raum real zugleich durch erhebliche Ausschlüsse gekennzeichnet war. Alles Differente, Abweichende wurde aus der Sichtbarkeit verbannt und interniert (vgl. Foucault: *Überwachen und Strafen*). Und es handelt sich bei der bürgerlichen Öffentlichkeit zudem um ein männlich zentriertes Modell, das in den privaten Salons und Raucherzimmern eingeübt wurde (vgl. z.B. Landes: *Women and the Public Sphere in the Age of the French Revolution*).

### C) DIE ANONYME, INVASIVE UND HIERARCHISIERTE ÖFFENTLICHKEIT DER INDUSTRIELLEN MASSEN-GESELLSCHAFT:

Mit der fortschreitenden Industrialisierung und dem Aufkommen elektronischer Medien veränderte sich der Charakter der Öffentlichkeit nochmals entscheidend. Dieser Wandel ist primär durch drei Momente gekennzeichnet: *Hierarchisierung, Anonymität und Invasivität*.

Moderne Öffentlichkeit ist immer (Massen-)Medien-Öffentlichkeit. Wenn man sich Florian Rötzer anschließt, so stellt(e) das Fernsehen allerdings das einzige wirkliche Massenmedium dar, denn »ein Massenmedium zeichnet sich dadurch aus, daß es [gleichzeitig] identische Informationen an möglichst viele Empfänger übermittelt« (*Interaktion – das Ende herkömmlicher Massenmedien*; S. 132). »Texte in Form von Büchern, Flugblättern oder Zeitschriften haben vor den elektronischen Medien, die globale Gleichzeitigkeit ermöglichen, als Massenmedien [nur] im Sinn einer Massenproduktion gewirkt« (ebd.). Erst das Fernsehen (vielleicht auch bereits das Radio) schuf also tatsächlich so etwas wie ein »globales Dorf«, das Marshall McLuhan in den 1960er Jahren als Ergebnis der weltweit expandierten Kommunikationskanäle entstanden gesehen hatte (vgl. *Die magischen Kanäle*; S. 103). Dies erreichte das Fernsehen, indem es ein Gefühl von allumfassender Transparenz durch die Simultanität der Nachrichtenübermittlung und einen (fast) weltweiten allgemeinen Zugang ermöglichte. Es produzierte folglich durch Gleichzeitigkeit ein globales öffentliches Bewußtsein.

Durch seinen Massencharakter aber entsteht ein Zwang zur Selektion und Vorfilterung von Information und Themen sowie die Konzentration auf eine Minderheit von Akteuren. Es kommt zu einer Spaltung in Akteure und Publikum, was gleichzeitig eine Hierarchie etabliert: Es gibt Personen, die über Inhalte (mit)bestimmen, es gibt Personen die im Zentrum des öffentlichen Medienraumes stehen – Sennet spricht hier von einem Star-Systems (vgl. *Verfall und Ende des öffentlichen Lebens*; S. 330) – und es gibt die passiven Zuschauer. Damit ist die Grenze zwischen Publikum und Akteuren zementiert. Für die Politik und wirft dies das Problem auf, daß weniger Parteiprogramme oder die sachlichen Kompetenzen eines Politikers zählen, als vielmehr alleine sein Charisma. Die (Massen-)Medien, speziell das Fernsehen, dienen der Politik als Medium *dramaturgischer Deflexion* durch symbolische Politik (vgl. auch Edelman: *Politik als Ritual* sowie Jain: *Politik in der (Post-)Moderne*; Kap. 3.4)

Durch das Star-System und eine allgemeine Tendenz der Intimisierung, der Verwischung der Grenzen von öffentlichem Raum und Privatsphäre (vgl. auch Lasch: *Das Zeitalter des Narzißmus*), kommt es also tendenziell zu einer Entpolitisierung. Die Unterhaltungsfunktion, die auch dem spezifischen Medienformat geschuldet ist, verdrängt zunehmend die (Des-)Informationsfunktion. Habermas sieht diese drohende Entpolitisierung – anders als Sennett – allerdings weniger durch Intimisierungsprozesse gegeben, sondern vielmehr gerade dadurch, daß Öffentlichkeit nicht mehr die lebensweltlichen Belange gegenüber dem (Herrschafts-)System artikuliert. Der Bereich

des Privaten/Intimen, der Lebenswelt, wird immer weiter an den Rand abgedrängt und sinnentleert. Auch die Tendenz zur Personalisierung im Star-System steht diesem Argument nicht entgegen. Zwar erlangen die Gesichter, die uns auf den Titelseiten der Illustrierten oder im Fernsehen präsentiert werden, mit der Zeit für uns eine merkwürdige Vertrautheit, und viele bauen sogar eine »persönliche« Beziehung »ihrem« Star auf, indem sie ihn zum Gegenstand von Idealisierungen und Wunschträumen machen. Diese Beziehung ist jedoch – notwendig – einseitig und funktioniert nur aus der Entfernung. Der Star (als öffentlicher Akteur) ist bekannt und bleibt (als Mensch) doch ein unbekanntes, unerreichbares Wesen. In der Regel handelt es sich innerhalb der modernen Massenmedienöffentlichkeit um eine einseitig gerichtete (weitgehend anonyme) »Kommunikation unter Abwesenden«.

Trotz dieses Moments der Anonymität und der Distanz ist der Charakter der modernen Massenmedien »invasiv«. Die Invasivität der modernen Massenmedien und Medienöffentlichkeit wird einem klar, wenn man den privaten Raum betrachtet. Der Bild-Raum des (Fernseh-)Schirms ist ein Raum im Raum. Er trägt Öffentlichkeit, die Nachrichten und Berichte und Werbebotschaften, in die Behausungen der Menschen. Zuerst Radiogeräte, dann Fernseher (und heute zunehmend Computer) haben die Wohnzimmer erobert. Selbst deren räumliche Gestaltung, die Anordnung von Schränken, Sitzgruppen etc., richtet nach den Unterhaltungsmedien aus. Zwar ist es richtig: freiwillig drücken wir den Einschaltknopf, und jedem steht es frei, wann immer es beliebt auszuschalten. Doch wann will man schon ausschalten, sich ausklinken aus der schönen neuen Welt, die einem frei Haus geliefert wird? Zudem: Die Medien sind überall, haben den globalen Raum durchdrungen, wir können Ihnen und ihren Botschaften nicht entkommen.

#### **D) DIE DIFFUSE, FRAGMENTIERTE UND INTERAKTIVE ÖFFENTLICHKEIT DER MULTIMEDIALEN KOMMUNIKATIONS- UND WISSENSGESELLSCHAFT:**

Die neuen (interaktiven) Medien sind in ähnlicher Weise invasiv wie die modernen Massenmedien. Ihre netzwerkartige Struktur, die auch die privaten Räume an das Netz der (virtuellen) Öffentlichkeit anschließt (etwa durch Web-Cams etc.), hat die Möglichkeiten des Zugriffs auf Information dramatisch erhöht. Hinzu kommt der »stetige« (oder vielmehr exponentielle) Anstieg des Wissens in unserer Kommunikations- und Wissensgesellschaft. Demgemäß wäre eine noch stärkere (Wissens-)Hierarchisierung innerhalb des Publikums zu erwarten, als sie die industrielle Massengesellschaft prägte (vgl. hierzu auch Tichenor/Donohue/Olien: *Mass Media Flows and Differential Growth in Knowledge*). Der Medienwissenschaftler Michael Jäckel verweist jedoch in diesem Zusammenhang auf empirische Studien, die eher konstant gebliebene Wissensabstände vermuten lassen (vgl. *Auf dem Weg in die Informationsgesellschaft*; S. 20). Wie ist das zu erklären?

In Übertragung von Becks These zur Transformation der Schichtungsverhältnisse durch den ökonomischen »Fahrstuhleffekt« (vgl. *Risikogesellschaft*; S. 122) kann man meiner Meinung

nach aber von einem »informativen« *Fahrstuhleffekt* sprechen: Wir alle nehmen (gezwungenermaßen) immer mehr Informationen auf, und so werden die Ungleichheitsverhältnisse im Wissen allgemein auf ein höheres Niveau transponiert – allerdings mit der gleichzeitigen Folge einer durch den Zwang zur Selektion bewirkten *Individualisierung der Informationsmuster und Medienkonsumstile*, die wiederum eine *Diffusion und Fragmentisierung der Öffentlichkeit* bewirkt. Denn selbst das ungleich höhere allgemeine Informationsaufnahme-niveau reicht nicht aus, die gestiegene Informationsdichte und -breite zu bewältigen. Je mehr Information aber angeboten wird, desto »härter« müssen die Selektionskriterien sein, nach denen die Informationsangebote ausgewählt werden, und dabei kommen individuelle Vorlieben zum Tragen. So entstehen zwangsläufig fragmentisierte Teilöffentlichkeiten, die immer weiter zerfallen.

Ein wichtiger Zwischenschritt bei dieser Entwicklung war die Entstehung von verschiedensten Spartenkanälen im Fernsehen. Mit der Aufspaltung des Programms erfolgte eine (noch nicht abgeschlossene) Aufsplitterung der Öffentlichkeit. Neue technische Entwicklungen wie »Video on Demand« oder »interaktives Fernsehen« werden schließlich zwangsläufig zur Sprengung der »schematischen« Programmstruktur des konventionellen Fernsehens führen, und schon heute kann man sich mittels entsprechender Internet-Dienste eine (elektronische) »Zeitung« ganz nach individuellen Vorlieben zusammenstellen (lassen). Nicholas Negroponte spricht angesichts derartiger Entwicklungen und der drohenden Normalität eines »Einpersonenpublikums« von einer *Individualisierung der Medien* im »Postinformationszeitalter« (vgl. *Total digital*; S. 201ff.).

Öffentlichkeit als Kollektivzusammenhang wird infolge ihrer Atomisierung, ihrer Auflösung in vereinzelte Sphären immer diffuser, verliert an Trennschärfe, da immer unklarer wird, wen die durch die Medien veröffentlichten Botschaften tatsächlich noch erreichen. Es handelt sich um eine durch Informationsüberflutung ausgelöste, sich nach innen drehende *mediale Individualisierungsspirale*, die Öffentlichkeit auf einen verwischten, imaginären Punkt im Nichts der virtuellen Welten zusammenschrumpfen läßt. So läuft mit der digitalen Revolution auch der »altlinke« Kampf um die Herstellung einer Gegenöffentlichkeit potentiell ins Leere – jedenfalls wenn man sich dem kritischen Resümee aus einem Papier der »Agentur Bilwet« anschließt. Denn die neuen Medien »schaffen nicht länger Massen und Öffentlichkeiten« (*The Digital Society and Its Enemies*; S. 366). Wir befinden uns, um mit de Kerckhove zu sprechen, »*Jenseits des globalen Dorfes*«.

Eine Entwicklung, die vielleicht das Ende des panoptischen Systems markiert (vgl. auch Baudrillard: *Agonie des Realen*; S. 47ff.). Das kann man auch positiv deuten. Für Alwin Toffler etwa erleben wir aktuell – nach der agrarischen Revolution, durch die Umstellung von nomadisierender Viehzucht auf seßhaften Ackerbau, und der industriellen Revolution – eine »dritte Welle« radikalen Wandels, die, angeblich, nicht nur die ökonomische Basis auf eine Ökologie- und sozialverträgliche Produktionsweise umstellt (vgl. *Die dritte Welle*; S. 24ff. sowie Kap. 12), sondern

die auch im politischen Bereich eine rosige Zukunft in Aussicht stellt (vgl. *Creating a New Civilization*; S. 82). Denn die neuen Technologien versprechen durch ihre demokratischen Potentiale gewissermaßen eine »elektronische Inklusion«, eine wachsende Berücksichtigung von Minderheiten und Möglichkeiten für Formen direkter Demokratie (vgl. auch Grossman: *The Electronic Republic*). Durch die interaktive Struktur der neuen Medien läßt sich Politik zudem nicht mehr als Massenereignis für ein beobachtendes Publikum inszenieren, da sich mit Interaktivität die scharfe Trennung von Akteuren und Publikum aufhebt. War das symbolische Medium des Fernsehens geradezu ideal geeignet für die symbolischen Politikinszenierungen des industriellen Massenzeitalters, so verlangen die neuen Medien nach interaktiven Politikdarstellungen und -formen, die allerdings gerade von vielen »klassischen« Akteuren noch nicht gefunden wurden: Die von Institutionen und Organisationen ins Netz gestellten Seiten jedenfalls beschränken sich überwiegend auf Information und (Selbst-)Darstellung. Sie erzeugen also keine (aktive) politische Öffentlichkeit, sondern finden eine interessierte Öffentlichkeit vor, die die bereitgestellten Informationsangebote nutzt.

Im Gegensatz dazu haben NGOs und Aktivisten mit der Versendung von Kettenbriefen etc. immerhin einige Möglichkeiten gefunden, politischen Protest durch das Netzwerk des Internets zu mobilisieren, und die Cyberpunk-Bewegung kämpft auch mit illegalen Mittel für die Freiheit der Information. Vivian Sobchak steht diesem Cyberpunk-Anarchismus jedoch kritisch gegenüber. Sie will in seinen Prinzipien eine libertäre Grundhaltung erkennen und befürchtet eine Privatisierung des elektronischen öffentlichen Raumes durch eine entpolitisierte Ideologie der freien Information, »was sowohl zu der Struktur eines anarchistischen Individualismus als auch zu den Strukturen eines korporativen Kapitalismus paßt« (*Demokratisches »Franchise« und die elektronische Grenze*; S. 334).

Mit dem sich abzeichnenden Verschwinden der lokal bzw. national zentrierten Massenöffentlichkeit, eröffnen sich also neue Möglichkeiten für dezentrierte globale Netzwerke subpolitischer Bewegungen, die sich durch Nutzung technologischer »Tunnel« zu einflußreichen Suböffentlichkeiten formieren und aufschaukeln können. Damit ist allerdings die Gefahr verbunden, daß sich Öffentlichkeit als politische Handlungssphäre in den virtuellen Landschaften des Cyberspace auflöst. Im »space of flows« der Netzwerkgesellschaft, droht der konkrete (Handlungs-)Raum zu entschwinden (vgl. Castells: *The Rise of the Network Society*). Gleichzeitig droht die Ausweitung der (staatlichen) Kontrolle auf die Netzinhalte (vgl. hierzu z.B. Bredekamp: *Leviathan und Internet* oder Beninger: *The Control Revolution*) – der panoptische Aspekt von Öffentlichkeit, der im Zeitalter der Massenmedien zurückgedrängt war, kommt also tatsächlich wieder zum Vorschein. Dies geht einher mit der zunehmenden Kommerzialisierung des Netzes und einer Kommodifizierung der Information, die in der »informatisierten« Gesellschaft zunehmend zu einer umkämpften Ware wird (vgl. auch Lyotard: *Das postmoderne Wissen*). Ob damit auch sein (sub)politisches Potential schwindet, oder ob sich neben der kommerziellen Netzwelt eine Nische für »freie« politische Öffentlichkeit erhält, bleibt abzuwarten. Immer mehr »Claims« werden jedenfalls

abgesteckt: durch die Registrierung von Domain-Namen, durch die Ausweitung von Copyright-Bestimmungen und Markenrecht etc. Die Öffentlichkeit der interaktiven neuen Medien droht damit ihren »öffentlichen Charakter« zu verlieren. Zwar erlaubt sie einen immensen Zugriff auf (bestimmte Formen von) Wissen – für alle die an die Netzwelten angebunden sind (vgl. zu dieser Problematik insb. Rifkin: *The Age of Access*). Sie ist aber – trotz ihres interaktiven Sogs – keine gemeinsame Sphäre mehr, kein Raum der Inklusion. Und dies wirft zweifellos auch die Frage der Ungleichheit und der Teilhabe neu auf (vgl. auch Stevenson: *The Transformation of the Media*).



**LITERATUR:**

- Agentur Bilwet: *The Digital Society and Its Enemies*. In: Maresch, Rudolf (Hg.): *Medien und Öffentlichkeit*. S. 361–366
- Baudrillard, Jean: *Agonie des Realen*. Merve Verlag, Berlin 1978
- Beck, Ulrich: *Eigenes Leben – Skizzen zu einer biographischen Gesellschaftsanalyse*. In: Ders./Vossenkuhl, Wilhelm/-Ziegler, Ulf E.: *Eigenes Leben*. S. 9–174
- Beck, Ulrich: *Risikogesellschaft – Auf dem Weg in eine andere Moderne*. Suhrkamp, Frankfurt 1986
- Beck, Ulrich/Vossenkuhl, Wilhelm/Ziegler, Ulf E.: *Eigenes Leben – Ausflüge in die unbekannte Gesellschaft, in der wir leben*. Verlag C. H. Beck, München 1995
- Beniger, James R.: *The Control Revolution – Technological and Economic Origins of the Information Society*. Harvard University Press, Cambridge/London 1986
- Bredekamp, Horst: *Leviathan und Internet*. In: *Die Zeit*. Ausgabe vom 3. Januar (Nr. 2) 1997, S. 35
- Edelman, Murray: *Politik als Ritual*. Campus, Frankfurt/New York 1990
- Elias, Norbert: *Über den Prozeß der Zivilisation – Soziogenetische und psychogenetische Untersuchungen*. 2 Bände, Suhrkamp, Frankfurt 1976
- Foucault, Michel: *Überwachen und Strafen – Die Geburt des Gefängnisses*. Suhrkamp, Frankfurt 1976
- Goffman, Erving: *Das Individuum im öffentlichen Austausch*. Suhrkamp, Frankfurt 1974
- Grossman, Lawrence K.: *The Electronic Republic – Reshaping Democracy in the Information Age*. Viking, New York 1995
- Habermas, Jürgen: *Strukturwandel der Öffentlichkeit – Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft*. Suhrkamp, Frankfurt 1990
- Jäckel, Michael: *Auf dem Weg zur Informationsgesellschaft? – Informationsverhalten und die Folgen der Informationskonkurrenz*. In: Ders./Winterhoff-Spurk, Peter (Hg.): *Politik und Medien*. S. 11–33
- Jäckel, Michael/Winterhoff-Spurk, Peter (Hg.): *Politik und Medien – Analysen zur Entwicklung der politischen Kommunikation*. Vistas Verlag, Berlin 1994
- Jain, Anil K.: *Politik in der (Post-)Moderne – Reflexiv-deflexive Modernisierung und die Diffusion des Politischen*. »edition fatale«, München 2000
- Kerckhove, Derrick de: *Jenseits des Globalen Dorfes – Infragestellung der Öffentlichkeit*. In: Maresch, Rudolf (Hg.): *Medien und Öffentlichkeit*. S. 135–148
- Landes, Joan: *Women and the Public Sphere in the Age of the French Revolution*. Cornell University Press, Ithaca 1988
- Lasch, Christopher: *Das Zeitalter des Narzißmus*. Steinhausen Verlag, München 1980
- Luhmann, Niklas: *Die Politik der Gesellschaft*. Suhrkamp, Frankfurt 2000
- Lyotard, Jean-François: *Das postmoderne Wissen – Ein Bericht*. Edition Passagen, Graz/Wien 1986
- Maresch, Rudolf (Hg.): *Medien und Öffentlichkeit – Positionierungen, Symptome, Simulationsbrüche*. Klaus Boer Verlag, München 1996
- McLuhan, Marshall: *Die magischen Kanäle – »Understanding Media«*. Econ-Verlag, Düsseldorf/Wien 1968
- Mumford, Lewis: *Die Stadt – Geschichte und Ausblick*. 2 Bände, Deutscher Taschenbuch Verlag, München 1979
- Negroponte, Nicholas: *Total digital – Die Welt zwischen 0 und 1 oder die Zukunft der Kommunikation*. C. Bertelsmann Verlag, München 1995

- 
- Rifkin, Jeremy: *The Age of Access – The New Culture of Hypercapitalism*. Tarcher/Putnam, New York 2000
  - Rötzer, Florian: *Interaktion – das Ende herkömmlicher Massenmedien*. In: Maresch, Rudolf (Hg.): *Medien und Öffentlichkeit*. S. 119–134
  - Rötzer, Florian (Hg.): *Digitaler Schein – Ästhetik der elektronischen Medien*. Suhrkamp, Frankfurt 1991
  - Sennett, Richard: *Verfall und Ende des öffentlichen Lebens – Die Tyrannei der Intimität*. Fischer, Frankfurt 1983
  - Sobchack, Vivian: *Demokratisches ›Franchises‹ und die elektronische Grenze*. In: Maresch, Rudolf (Hg.): *Medien und Öffentlichkeit*. S. 324–336
  - Stevenson, Nick: *The Transformation of the Media – Globalisation, Morality and Ethics*. Longman, London/New York 1999
  - Thompson, John B.: *The Media and Modernity – A Social Theory of the Media*. Stanford University Press, Stanford 1995
  - Tichenor, P. J./Donohue, G. A./Olien, C. N.: *Mass Media Flow and Differential Growth in Knowledge*. In: *Public Opinion Quarterly*. Vol. 34 (1970), S. 159–170
  - Toffler, Alvin: *Die dritte Welle – Zukunftschance: Perspektiven für die Gesellschaft des 21. Jahrhunderts*. Goldmann, München 1983
  - Toffler, Alvin/Toffler, Heidi: *Creating a New Civilization – The Politics of the Third Wave*. Turner Publishing Inc., Atlanta 1995

# INFORMATIONSBLATT

---

Autor(Innen): Anil K. Jain  
Titel: Medien des Wandels  
Untertitel: Transformationen der Öffentlichkeit  
Jahr der Abfassung: 2002  
Version/Aktualisierungsdatum: 04/04/2006  
Originaler Download-Link: <http://www.power-xs.net/jain/pub/mediendeswandels.pdf>  
Erste Druckveröffentlichung: —

Wer Passagen dieses Textes zitieren will, möchte bitte, auch falls eine Druckveröffentlichung vorhanden sein sollte, die PDF-Version als Grundlage verwenden (Version/Aktualisierungsdatum angeben), da die PDF-Version umfangreicher und/oder aktualisiert und korrigiert sein könnte.

Weitere Texte von Anil K. Jain sowie weitere Informationen unter: <http://www.power-xs.net/jain/>  
E-Mail-Kontak: [jain@power-xs.net](mailto:jain@power-xs.net)

Rückmeldungen sind willkommen! (Aber ohne Antwort-Garantie)

## **NUTZUNGSBEDINGUNGEN:**

Wissen soll frei sein! Bitte zögern Sie nicht deshalb nicht, diesen Text in beliebigen Formen für private oder akademische Zwecke zu vervielfältigen und zu verteilen. Anstatt jedoch den Text an anderer Stelle zum Download zur Verfügung zu stellen, sollte – so lange sie existiert – besser zur originalen Download-Adresse verlinkt werden (siehe oben), um genau Informationen über die Gesamtzahl der Downloads zu erhalten. Im Fall einer nicht-kommerziellen Druckveröffentlichung bitte die Publikationsdaten an den/die Autor(Innen) melden.

Jegliche kommerzielle Verwendung ist ohne die vorherige ausdrückliche Genehmigung durch den Autor/die AutorInnen strengstens untersagt. Als kommerzielle Verwendung gilt jegliche Art der Publikation und Redistribution, die die Erhebung von Gebühren irgendwelcher Art oder die Zahlung von Geld (oder Geld-Äquivalenten) impliziert und/oder zu Werbezecken dient.

Der Text darf in keinem Fall ohne Genehmigung in irgend einer Weise verändert werden. Informationen über die Autorenschaft und, falls zutreffend, über bestehende Druckveröffentlichungen dürfen nicht entfernt oder verändert werden.