

BUCKOWER MEDIENGESPRÄCHE

Klaus-Dieter Felsmann (Hrsg.)

**Medientechnologien vs. Handlungsstrategien:
Der Spielraum des Rezipienten**



[15]

Klaus-Dieter Felsmann (Hrsg.)

Medientechnologien vs. Handlungsstrategien: Der Spielraum des Rezipienten

[15]

Erweiterte Dokumentation
zu den 15. Buckower Mediengesprächen 2011

Die 15. Buckower Mediengespräche wurden durch die Medienanstalt Berlin-Brandenburg, das Medienboard Berlin-Brandenburg und das Presse- und Informationsamt der Bundesregierung gefördert.

Für weitere freundliche Unterstützung gilt es Dank zu sagen an:
Hans-Böckler-Stiftung Düsseldorf, Land Sachsen-Anhalt (LISA Halle/Saale),
DEFA-Stiftung Berlin, Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen e.V. Berlin,
absolut MEDIEN GmbH Berlin sowie allen Anzeigengebern.

Bibliografische Information Der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation
in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische
Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar
ISBN 978-3-86736-015-9

© kopaed 2012
Kommunikation und Pädagogik
Pfälzer-Wald-Str. 64, 81539 München
Fon: 089.688 900 98 Fax: 089.689 19 12
E-Mail: info@kopaed.de
Internet: www.kopaed.de

Das Werk einschließlich aller seiner Teile
ist urheberrechtlich geschützt.

Lektorat: Barbara Felsmann mit Unterstützung von Ulrike Seyffarth
Gestaltung und Satz: typo//designbüro, Uta Thieme & Jens Wolfram
Titelfoto: © pixeltrap / Fotolia.com
Fotos: Klaus-Dieter Felsmann (S. 9, 15, 29, 103, 111, 123),
Jens Wolfram, (S. 53, 139, 147, 151), Karoline Felsmann (S.135)
Druck: Kessler Druck+Medien, Bobingen

INHALT

VORWORT DES HERAUSGEBERS	7
--------------------------	---

DAS LABYRINTH VERSTEHEN

MICHAEL JÄCKEL »Kann das Publikum wollen?« – Ein Beitrag zur Organisation von Interessen	13
---	----

HANS-DIETER KÜBLER Das Subjekt in digitalen Medienkontexten – Medienwissenschaftliche Sondierungen, Rekonstruktionen und Perspektiven	25
---	----

GÜNTHER SCHATTER Maschinelle Wissensgenerierung in Netzen – Kollaborative und klandestine Methoden der Konstruktion epistemischer Systeme	37
---	----

ALEXANDER GRAU Narziss und Orpheus – Über die Wechselwirkung zwischen Betrachter und Medium	49
---	----

WEGZEICHEN IM LABYRINTH

JOACHIM VON GOTTBURG Mit den Gesetzen von gestern gegen die Medien von heute Zugangsbeschränkungen werden im Zeitalter des Internets wirkungslos.	61
---	----

JAKOB JÜNGER Hinsehen und Wegschauen – Normative vs. architektonische Regulierung in der Onlinekommunikation	73
--	----

RALF LANKAU Wenn Avatare mit Prosumenten chatten – Der Rezipient im Spannungsfeld des digitalen Wandels	83
---	----

CHRISTIAN SCHERTZ, DOMINIK HÖCH Privat war gestern – wie Medien und Internet unsere Werte zerstören	93
---	----

DIETER WIEDEMANN Hat Brecht sich doch geirrt? Notizen zur – scheinbaren? – Aktualität der Brecht'schen Radiotheorie	99
---	----

WINFRIED PAULEIT Filmrezeption und Filmbildung im Zeitalter des digitalen Kinos	107
--	-----

MIT DEM LABYRINTH LEBEN

KATHARINA MARTIN, JULIA ROMMELEY Privatsphäre in einem (halb-)öffentlichen Medium – Einstellungen und Verhalten Jugendlicher in Sozialen Netzwerken	117
---	-----

ERIC SCHÄFER Vom passiven Bürger zum aktiven Proumenten – Kurze Bemerkungen zum aktuellen Rezeptionsverhalten	127
---	-----

SEBASTIAN SOMMERSCHUH Aufbruch des Bewussten – Das Internet im gesellschaftlich-politischen und individuellen Kontext	129
---	-----

GUDRUN E. ALEXANDRA HÖLZER Wer ist die Spinne im sozialen Netzwerk? Einige Gedankensplitter zum Thema	133
---	-----

FRIEDEMANN SCHUCHARDT Vom Homo sapiens ...	137
---	-----

GUDRUN SOMMER Das partizipative Geschäft – Unzeitgemäße Bemerkungen	149
--	-----

BURKHARD FUHS Verspielte Spielräume? Anmerkungen zu den 15. Buckower Mediengesprächen	153
---	-----

ZU DEN AUTOREN	159
----------------	-----

Die Medienwelt, wie wir sie vor 15 Jahren kannten, als wir uns zum ersten Mal in Buckow zu unseren Gesprächen trafen, existiert nicht mehr. Oder besser gesagt: Sie ist nur noch ein Partikel in einem wesentlich komplexeren Medienuniversum. War damals das Internet noch eher eine exotische Spielwiese für Experten, so hat es heute alle Lebensbereiche durchdrungen. Computer begannen damals unsere Arbeits- und Lebensabläufe als ergänzende Elemente zu begleiten. Heute tendieren sie dahin, jeden Bereich zu beherrschen. »Ausgerüstet mit Sensoren und Sendern, sammeln und verarbeiten sie Informationen, die sie meist an andere Geräte weiterleiten. Sie lokalisieren Waren ebenso wie lebende Wesen. Sie überwachen Orte, an denen wir uns aufhalten, und den Zustand, in dem wir uns befinden. Sie machen Vorschläge, was zu tun ist. Und allmählich fügen sie sich zu einem allumfassenden System zusammen, dem Netzwerk aller Netzwerke, dem sogenannten Internet der Dinge, mit dem wir permanent über internetfähige Geräte verbunden sind«, so beschrieb jüngst der Publizist Hans Frei sehr zutreffend den aktuellen Entwicklungsstand in einem Artikel für die *Neue Züricher Zeitung*.

Die Entwicklung hat uns mehr Transparenz, mehr Freiheit und mehr Möglichkeiten zur Information und Kommunikation gebracht. Sie hat aber auch unseren Alltag verdichtet und alle Prozesse ungemein beschleunigt. Gleichzeitig löst sich nicht nur die Privatsphäre als eines der wichtigsten Güter der bürgerlichen Demokratie auf. Angesichts all dessen stellt sich die Frage, inwiefern der Mensch selbst als etwas anderes zu beschreiben wäre, als dies noch vor 15 Jahren der Fall war. Der ehemalige Leiter der Landesmedienanstalt Nordrhein-Westfalen, Norbert Schneider, vermutet diesbezüglich bereits mit dem »digitalen Menschen« eine völlig neue Spezies, wenn er sagt: »Er ist nicht mehr das Kind Gottes, das Tier, das lachen kann, das zoon politikon, die Verbindung von Über-Ich, Ich und es. Es ist der Mensch als Summe seiner von Rechnern gesammelten und lesbaren Daten«. Zugespitzt stellt sich der Wissenschaftshistoriker George Dysen die Frage: »Sind der Preis für Maschinen, die denken, Menschen, die es nicht mehr tun?« Wenn der WDR bei der aktuellen Programmreform seiner Kulturwelle selbst dort die Fachredakteure der Programmgruppe Musik zu entmachten gedenkt und die Musikauswahl künftig von Computerprogrammen gesteuert werden soll, stimmt das nachdenklich. Ebenfalls eher diabolisch erscheint das, was der IT-Riese IBM momentan an richtungsweisender Umstrukturierung

seiner Unternehmenskonstruktion plant. Ehemals feste Arbeitsplätze werden in eine virtuelle Datenwolke verlagert. Weltweit werden Fachkräfte in einer *Talent Cloud* versammelt und von dort je nach Bedarf für begrenzte Zeiträume abgerufen. Jeder kann hier sein Berufsprofil einstellen und die Software von IBM wählt nach dem Motto *Gefällt mir* das aus, was gerade passt. Was hier auf der einen Seite nach grenzenloser Freiheit klingt, bedeutet auf der anderen Seite die totale Kontrolle. Soziale Netzwerke geben jedem die Möglichkeit zur öffentlichen Artikulation. Das hat eine beachtliche emanzipatorische Komponente, doch es führt auch zu einem wenig reflektierten allgemeinen Gebrabbel. Treibende Kraft hinter all diesen Prozessen ist die enorme wirtschaftliche Kraft, die inzwischen von der IT-Branche ausgeht. In seinem Bericht zur Computermesse Cebit 2012 in Hannover verweist der *Spiegel* darauf, dass die weltweiten Billionenumsätze in diesem Geschäftsfeld inzwischen die von so wichtigen realwirtschaftlichen Bereichen wie der chemisch-pharmazeutischen und der Autoindustrie übersteigen. Diese Entwicklung hat eine unumkehrbare Dynamik, nur müssen wir uns überlegen, was es heißt, wenn dabei der technologische Fortschritt mehr Jobs für Computer, denn für Menschen schafft.

Der russische Software-Entwickler Jewgenij Kasperski meint, die Gesellschaft habe zwei Möglichkeiten, mit den modernen medialen Herausforderungen umzugehen. Entweder schafft sie den Computer oder den Menschen ab, was beides allerdings nicht wünschenswert sein könne. Damit bleibe nur die Alternative, nach entsprechenden Handlungsstrategien zu suchen, um mit den technologischen Herausforderungen umgehen zu können. Hierbei geht es, wie Norbert Schneider meint, letztendlich um nichts Geringeres als um die Frage, wie können jene Werte, auf denen unsere analoge Gesellschaft gründet, in ihrem Bestand gesichert werden. Wie groß die entsprechende Herausforderung dabei ist, zeigen beispielhaft die gegenwärtigen Diskussionen um das Urheberrecht oder den Jugendschutz.

Insgesamt wird es, jenseits aller gesetzlichen Regelungen, zunehmend auf das eigenverantwortliche Handeln des Individuums im Sinne des Gemeinwohls ankommen. Allein das scheint ursächlich einen hohen Bedarf an Medienbildung zu implizieren, der aber im angesprochenen Sinne momentan kaum bedient wird. Partiiell aufscheinende Konzepte sind meist reaktiv, da sie vorwiegend technologiegetrieben daher kommen. Doch leider wird genau das vom gegenwärtigen Schulsystem primär abgefordert. Folgt man den Gedanken des einstigen Bundesministers für Arbeit Norbert Blüm, die er in einer Streitschrift im März 2012 in der Zeit veröffentlicht hat, so hat das Dilemma eine ziemlich eindeutige Ursache: »Das Schulsystem selbst hat sich unter der Hand in vorauseilendem Gehorsam gegenüber dem neoliberalen Mainstream an die Gepflogenheiten des Marktes assimiliert«. Dementsprechend reden Medienpädagogen heute eher über *Learning-Management-Systeme* und andere Anpassungsstrategien an moderne Wirtschaftsprozesse, als über Emanzipationsprozesse heranwachsender Individuen. Doch wie gerade in Arabien erlebt, machen trotz aller euphemistischen Verkürzungen nicht Twitter oder das Netz als solches die Revolution, sondern es sind immer noch die Menschen, die ihre sozialen und politischen Verhältnisse unerträglich finden und dagegen unter Lebensgefahr auf die Straße gehen. Die Technologie ist allerdings zu einem wirkungsvollen Hilfsmittel geworden, um die realen Lebensverhältnisse zu verbessern.



Friedland (Niederlausitz), 2011

Die 15. *Buckower Mediengespräche* fragten nach dem Spielraum des Rezipienten angesichts moderner Medientechnologien. Dabei wurde in einer sehr kontroversen Diskussion, die Burkhard Fuhs in seinem Aufsatz im vorliegenden Band nachdenklich reflektierend zusammenfasst, deutlich, dass es für die Gestaltung der anstehenden Prozesse neuer, interdisziplinär erarbeiteter theoretischer Konzepte bedarf. Nicht nur Technologien sprengen alle bisher erahnten Dimensionen, wie Günther Schatter darlegt, sondern es ist, wie es Michael Jäckel tut, zu fragen, in welcher Korrelation dazu das angesprochene Subjekt steht. Hans-Dieter Kübler macht deutlich, dass es eines längeren Diskussionsprozesses bedarf, um ein plausibles Theoriegebäude zu schaffen. Seine entsprechenden Thesen finden ihre eindruckliche Bestätigung in fast allen anderen praxisorientierten Überlegungen dieser Publikation. Besonders anschaulich wird dies im durch Joachim von Gottberg dargelegten Fallbeispiel zum Thema Jugendschutz.

Die *Buckower Mediengespräche* könnten nicht stattfinden, gäbe es nicht zahlreiche Förderer, Sponsoren und Anzeigengeber. Ihnen, die man namentlich im Impressum oder im Band aufgeführt findet, sei hier ganz herzlich gedankt.

Dank sei auch dem *Buckower Kunst- und Kulturförderverein* gesagt, der die Trägerschaft der Veranstaltung übernommen hat. Das gilt auch für Mario Paolini und Olivia Nicolai, den Gastgeber in unserer neuen Tagungsstätte, und all jenen, die uns darüber hinaus abermals in Buckow so gastfreundlich aufgenommen haben.

Klaus-Dieter Felsmann

Wir fördern Filme im Südwesten

Drehbuch
Produktionsvorbereitung
Produktion
Postproduktion
Verleih/Vertrieb
Kino
Infrastrukturmaßnahmen

www.mfg-filmfoerderung.de



Filmförderung
Baden-Württemberg

Das Labyrinth verstehen

»Kann das Publikum wollen?«

Ein Beitrag zur Organisation von Interessen

Im Jahr 1994 erschien in der Schriftenreihe des ZDF ein Band mit dem Titel *Digitales Fernsehen – eine neue Medienwelt?* (Paech/Coy 1994). Das Vorwort zu diesem Band beginnt mit einem Zitat von Hans Magnus Enzensberger aus dem Jahr 1959: »Das Fernsehen ist noch nicht erfunden.« (Enzensberger 1959, S. 54)

Lässt man den Anlass zu dieser Feststellung zunächst einmal außer Acht, dann könnte man diesen Satz als eine Beschreibung von Verhaltensunsicherheiten des *Publikums* in der Pionierphase des Fernsehens interpretieren. Denn zum damaligen Zeitpunkt waren es gerade einmal 16 Prozent der erwachsenen Bevölkerung, die zu Hause an einem eigenen Gerät das Fernsehprogramm verfolgen konnten (Institut für Demoskopie Allensbach 1968, S. 5). Enzensberger beklagte, dass der moderne Erfinder »sein Werk der Gesellschaft vor die Füße [wirft], die damit nichts anzufangen weiß. Die Frage nach seiner Verwendung geht ihn nichts mehr an.« (Enzensberger 1959, S. 54)

Folgt man Enzensberger in die Gegenwart, dann könnte man zu dem Ergebnis kommen, dass sich diese Verhaltensunsicherheiten in der Zwischenzeit gelegt haben. Fast 30 Jahre später schrieb er dem Fernsehen den Status eines *Nullmediums* zu. In dem scheinbaren Widerspruch »Man schaltet das Gerät ein, um abzuschalten.« (Enzensberger 1988, S. 101) dokumentierte sich die gesellschaftliche Unverzichtbarkeit des Mediums; diese gehe so weit, dass die Inhalte an Bedeutung verlören. Diese Diagnose lässt sich nur schwer in die Diskussion um das Verhalten des Publikums bezüglich eines ständig wachsenden Medienangebots integrieren. Zumindest müssten sich für den Fall einer zutreffenden Skizzierung viele Debatten den Vorwurf gefallen lassen, von einer falschen Vorstellung des Publikums und seiner Interessen auszugehen. Man weiß aber auch nicht, ob sich in dem von Enzensberger beschriebenen Phänomen die Souveränität oder die Medienabhängigkeit (vgl. Ball-Rokeach 1985) widerspiegelt. Die These vom *Nullmedium Fernsehen* ist wohl eher eine Einladung zur Spekulation über ein populäres Massenmedium, das – gerade weil es so populär ist – ständiger Kritik und Analyse ausgesetzt ist.

Publikum

Ein wenig verhält es sich wie bei dem bekannten Dialog aus der Feder von Lorient: Dem Ehepaar wird im Angesicht eines kaputten Fernsehers deutlich, wie sehr das

Publikum dieses *Nullmedium* einerseits kritisch beäugt, andererseits aber dennoch Teile seines Lebens daran orientiert:

Sie: »Ich muss nicht unbedingt Fernsehen.«

Er: »Ich auch nicht. Nicht nur, weil heute der Apparat kaputt ist. Ich meine sowieso, ich sehe sowieso nicht gerne Fernsehen.«

Sie: »Es ist ja auch wirklich *nichts* im Fernsehen, was man gern sehen möchte.«

Er: »Heute brauchen wir, Gott sei Dank, überhaupt nicht erst in den blöden Kästen zu gucken.«

Sie: »Nee, es sieht aber so aus, als ob du hinguckst.«

Seit Menschen für und vor Menschen Leistungen unterschiedlicher Art erbringen, gehören Lob und Tadel zu den Gradmessern gelungener Kommunikation. Zu dieser Sender-Empfänger-Beziehung gehört auch ein weites Spektrum an Wertschätzungen auf beiden Seiten. Vor dem Aufkommen der Massenmedien waren Sender und Empfänger meistens unter sich. Selbst dann konnte der Sender nicht wirklich wissen, was das Publikum dachte. Er sah zwar die unmittelbaren Reaktionen in Form von Applaus, Kopfschütteln, behahendes Nicken usw., aber ob diese Kommunikation mit dem Bewusstsein übereinstimmte, konnte er nur hoffen. Dem Publikum ging es nicht anders: Die Besucher einer Theatervorführung beispielsweise pflegten früher auch während der Aufführungen den Dialog untereinander und gegebenenfalls auch mit den Akteuren. Es konnte also während der Aufführung ein Urteil bilden und ändern, ohne sich wirklich gewiss zu sein, dass dies einem durchschnittlichen Urteil des Präsenzpublikums entsprach. In ihrem Beitrag *Medienwandel als Wandel von Interaktionsformen in frühen europäischen Medienkulturen* analysierte Lore Benz beispielsweise das antike Theater als eines der frühen Massenmedien des europäischen Kulturraumes. Begriffe, die heute im Zuge einer Diskussion von Mitmach-Medien wieder häufiger auftauchen, spielen auch für die Interaktionen zwischen dem Sender und den Adressaten in diesem Kontext eine wichtige Rolle. Das Bühnenspiel wird als Massenmedium vor dem Buchdruckzeitalter eingeführt und bezüglich des Publikums kann man erfahren, »dass die Zuschauer [...] während des Mimenspiels mit den Schauspielern interagierten« oder »nach dem Erlernen der Mimentechiken gleich selbst die Mimenbühnen bestiegen.« (Benz 2010, S.25)

Ebenso beruhte das Renommee der Akteure in der Regel auf einer sehr selektiven Wahrnehmung von Urteilen, die aus Anschlusskommunikation hervorgingen. Sie können und konnten im Zweifel auch von Personen stammen, die ihre Schlussfolgerungen nicht auf der Basis unmittelbarer Erfahrungen trafen. Dieser Zustand unvollkommener und unvollständiger Information ist ohne Zweifel eine wichtige Voraussetzung, um überhaupt kommunizieren zu können. Wer ständig mögliche Wirkungen antizipiert, wird zu einem Opfer dauernden Probehandelns. Je mehr sich Sender und Empfänger in einem räumlichen oder raumzeitlichen Sinne voneinander entfernen, desto wichtiger wird die Achtung vor dem Publikum und die Selbstverpflichtung gegenüber bestimmten Idealen. Jean Paul schrieb bereits im Jahr 1813: »Wer keine Achtung für das Publikum zu haben vorgibt oder wagt, muß unter demselben das ganze lesende verstehen; aber wer für *seines* [...] nicht die größte durch die jedesmalige höchste Anstrengung, deren er fähig ist, beweiset, begeht Sünde gegen den heiligen Geist der Kunst und Wissenschaft [...]. Dem eignen Publikum trotzen,



Köthen (Sachsen-Anhalt), 2011

heißt dann einem *schlechtern* schmeicheln [...].« (Paul 1990 [zuerst 1813], S.13) Die Anerkennung, die dem Publikum hier zuteil wird, entspricht einem vom Schriftsteller selbst gesetzten Ansporn, sich nicht Präferenzen zu fügen, die den eigenen Idealen widersprechen. Zur Geschichte von Sender-Empfänger-Beziehungen gehört daher auch die stete Diskussion über Fragen des Geschmacks. Das Durchschnittliche galt dabei selten als gut genug, obwohl bis heute Stimmen registriert werden können, die vor einer Geringschätzung des Massengeschmacks warnen. Seit die Orientierung an der Zielgruppe zu einem Muss jeder Kommunikationsplanung geworden ist, will man tunlichst Streuverluste vermeiden, also quasi verhindern, dauernd ins Leere zu senden. Dass es Angebote gibt, die vielen gefallen und daher durchschnittlich sein sollen, gehört daher wohl zu den modernen Formen von Unaufrichtigkeit. Der verstorbene Entertainer Peter Alexander hat im Jahr 1971 einmal gesagt: »Man darf die breite Masse nicht unterschätzen.«¹

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 Streuungsbereiches solcher Medien die Chance der Nutzung hat.« (Hillmann 2007, S.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.

Zu einem Publikum gehört grundsätzlich ein Ereignis, das die Aufmerksamkeit einer kleineren oder größeren Personenzahl auf sich zieht. In einem leeren Theater finden keine Aufführungen statt, eine Zeitung, die von niemandem gelesen wird, verschwindet vom Markt. Die Idee der Marktregulierung tritt in historischer Hinsicht relativ spät auf die *Bühne*, weil entweder die Beteiligung an diesen Ereignissen ausgeschlossen wurde (Standesprivilegien) oder schlicht die Voraussetzungen fehlten, weil man beispielsweise des Lesens nicht mächtig war. Integriert wurde das Publikum insofern, als man den Ereignissen, zum Beispiel einer Theateraufführung, eine bestimmte Wirkung zuschrieb. Aristoteles versuchte die Wirkung der griechischen Tragödie mit dem Begriff Katharsis zu beschreiben, während des antiken Roms dienten Großereignisse eher der Unterhaltung der Massen, während der Gegenreformation betonte man die Propagandafunktion und im Zeitalter der Aufklärung die moralische Funktion (vgl. Sauter 2005, S.253).

Eine für den vorliegenden Zusammenhang signifikante Veränderung vollzieht sich insbesondere in der zweiten Hälfte des 18. Jahrhunderts. Der abstrakte Begriff *publicum* (= Gemeinwesen) wird zu einem Begriff, der zunächst nur bestimmte Teile einer Gesellschaft adressiert. Zaret (1996) konnte bereits für das England des 17. Jahrhunderts zeigen, dass das Verbot der Veröffentlichung von Petitionen im englischen Parlament dadurch umgangen wurde, dass man sich zunächst auf ein Publikum berief, das gar nicht anwesend war, und damit versuchte, den Bereich der politischen Öffentlichkeit auszuweiten. Ohne diese anderen Menschen explizit zu benennen, wurde das eigene Anliegen auch im Namen einer Vielzahl anderer Menschen vorgetragen. Ebenso zeigt Wilke für die erste Hälfte des 18. Jahrhunderts, dass sich ein allmählicher Aufbruch der Parlamentsschranken durch politische Berichterstattung beobachten lässt. Das *London Magazine* und das *Gentleman's Magazine* betten ihre Berichterstattungen in fiktionale Handlungen ein. Dadurch entstehen Sprachrohre, die die öffentliche Meinung artikulieren sollen (vgl. Wilke 2000, S.24ff.).

Der Einsatz des literarischen Genres begrenzt sich nicht auf die Artikulation einer öffentlichen Meinung, sondern findet ebenso Nachahmung in den Feldern des »Geschmacks, der Mode und der allgemeinen Sitten« (Hölscher 1978, S.433). Obwohl das Publikum nicht schreibt, wird es zu einer richtenden Instanz, es erhält durch Herausgeber ein Forum der Artikulation. Besonders deutlich wird dies an der literarischen Zeitschrift *Vernünftigen Tadelinnen*. Durch dieses Medium »beanspruchte Gottsched 1725 ein öffentliches Richteramt über die Tugenden und Laster seiner Leser; denn in dieser Zeitschrift sollte das Publikum gewissermaßen über sich selbst zu Gericht sitzen« (Hölscher 1978: 433). Die Rolle des Publikums wird somit idealisiert, es ist nicht immer tatsächlich vorhanden, sondern wird fiktiv angesprochen. Dass das Publikum richten kann, wird jedenfalls zu einem zentralen Topos (vgl. Hölscher 1978, S.435). Habermas stellt hierzu fest: »Das *publicum* entwickelt sich zum Publikum, das *subjectum* entwickelt sich zum Subjekt, der Adressat der Obrigkeit zu deren Kontrahenten« (Habermas 1990, S.84). In sozialer Hinsicht handelt es sich hierbei um eine spezifische Entwicklung. Sie erfasst nicht alle Teile der Gesellschaft. Auch die Idee des politischen