

Die Ballade von `öffentlich` vs. `gegenöffentlich`

`Gegenöffentlichkeit schaffen, Genossen!` – So hieß ein sonderbarer Popsong der 70er Jahre, der immer dann kollektiv angestimmt wurde, wenn es - zumeist nach irgendeiner Schweinerei des Systems – galt, politisch zu intervenieren. Inflationär gebraucht, verschwand der Begriff spätestens ab Mitte der 80er in der Nostalgie-Schublade für selbstgestrickte Alternativ-Floskeln, um gut zehn Jahre später in einem kritischen Kunstkontext eine taktische Renaissance zu erfahren.

Gruppen wie BüroBert, Klasse 2 u.a. entwickelten in den 90er Jahren eine sog. Gegenöffentlichkeitskunst.¹ Im Rahmen von kollektiven Arbeitsstrukturen wurde mit Theorie-Workshops, Informationsausstellungen, Readern, Plakaten, Kinoclips und Partys auf Themenkomplexe wie die neuen Bio- und Gentechnologien oder auf die Umstrukturierung der in globaler Konkurrenz zueinander stehenden Cities kritisch reagiert. Die taktische Besetzung von Nischen im sog. Kunstbereich (mit seiner eigenen Öffentlichkeit, seinen eigenen Kanälen und Diskursen) mit „nicht-künstlerischen“ Themen wurde sowohl für eine Praxis der Aufklärung, der klassischen Kampagnenpolitik, wie auch zur Schaffung von Irritationen, Gegenbildern sowie zur Dekonstruktion hegemonialer Diskurse und Images genutzt. Am wirkungsvollsten mag dieser Ansatz vielleicht in der zaghaften Annäherung von politischen Zusammenhängen und kulturell bzw. künstlerisch tätigen Kreisen gewesen sein. Das Label `Gegenöffentlichkeit` brachte dabei den Gruppen einen begrenzten Aufmerksamkeitsgewinn. Während von konservativer Kunstseite der Vorwurf erhoben wurde, die Praxis eines visuellen und ästhetischen Reduktionismus habe nichts mehr mit Kunst zu tun, eigneten sich auf der anderen Seite diejenigen AusstellungsmacherInnen, die sich sowieso auf der ständigen Suche nach neuen Ausdrucksformen eines ersehnten undergrounds befinden, bestimmte Gesten dieser Gegenöffentlichkeitskunst an: einige autonome Polit-Plakate an die Wand geklebt, 2-3 alte Ausgaben der `radikal` in den chic heruntergekommenen Raum gestreut und auf den Videorecorder beliebige Bänder von `ak kraak` plaziert und schon ist das Flair einer doch irgendwie interessanten, nicht-institutionalisierten Linken abgeschöpft.²

Was genau ist aber Gegenöffentlichkeit? Und was müssen wir tun, um an sie zu glauben? Während der sphärisch anmutende Terminus `Öffentlichkeit` als umfassende „Bez. für gesellschaftl. Kommunikations-, Informations- u. Beteiligungsverhältnisse“³ fungiert, verweist der Begriff `Gegenöffentlichkeit` auf jene für die bürgerliche Gesellschaft konstitutiven Ausschlußmechanismen.

Rückblende: Im Prozeß der bürgerlichen Revolutionen begann das politisch rasonierende Publikum, wie es Kant nannte, also jenes dem neuen Medium Zeitung zugewandte Bürgertum, das sich bei Tee und Gebäck zur kritischen Diskussion des Gelesenen in den Salons einfand, dem Obrigkeitsstaat die öffentliche Gewalt streitig zu machen. Der obrigkeitsstaatliche Herrschaftswille sollte durch die öffentliche Konkurrenz privater Argumente ersetzt werden, in der sich auf vernünftige Weise das im allgemeinen Interesse Liegende herstellt. Ein durch die Öffentlichkeit gewähltes und kontrolliertes Parlament sollte dabei den Charakter der vollziehenden Gewalt selbst verändern: „*Die Herrschaft der Öffentlichkeit*“, so Habermas in seiner problematischen, aber die Debatte eröffnenden Analyse, „*ist ihrer eigenen Idee zufolge eine Ordnung, in der sich Herrschaft überhaupt auflöst.*“⁴

Nur: dieser emphatische Öffentlichkeitsbegriff des Bürgertums bezog sich allein auf den Mann als Privateigentümer. Während es den Nicht-Eigentümern durch `Tugend` und `Fleiß`

¹ vgl. Römer, Stefan: Zur Entstehung eines Mißverständnisses. Der Begriff der Gegenöffentlichkeit in der Kunst in den 90er Jahren. Vortragsmanuskript 1998.

² s. z. B.: das Projekt „Plattform“ im Rahmen der 1. Berlin biennale 1998/99

³ Meyers Großes Taschenlexikon Bd.16. Mannheim 1982. S.80

⁴ Habermas, Jürgen: Strukturwandel der Öffentlichkeit. Frankfurt/M. 1990. S.153

immerhin theoretisch möglich sein sollte, Eigentum und damit die angeblich zum Räsonieren notwendige Autonomie zu erlangen, blieben Frauen und die BewohnerInnen der unterworfenen Kolonien prinzipiell von einer politischen Beteiligung, ausgeschlossen. Sie wurden, ohne je selbst zur Sprache zu kommen, vielmehr zu Objekten des öffentlichen Diskurses, wobei die unaufhörliche Rede vom `Wesen` der Frau oder des `Fremden` immer wieder ihre Unterwerfung legitimierte.

Es sind solcherlei Ausschlußmechanismen gegen die sich das formiert, was als Gegenöffentlichkeiten bezeichnet werden kann. Während dies für Habermas ein zu vernachlässigendes Symptom einer Pluralisierung von Öffentlichkeit darstellt, beharrten Negt/Kluge auf einer Frontstellung dieses ausgeschlossenen `Anderen`.⁵ Im gleichen Sinne wie Negt/Kluge dabei von `proletarischer` Öffentlichkeit sprechen,⁶ könnten – um nicht einer falschen Hierarchisierung der einzelnen Unterdrückungsverhältnisse Vorschub zu leisten - mit der Entstehung der Frauenbewegung oder mit dem Aufkommen anti-kolonialer Bewegungen analoge Begriffe gebildet werden.

Gegenöffentlichkeit meint also in einem umfassenden Sinn erst einmal die Praxen, Kampf- und Organisationsformen all jener sozialen Gruppen, die mit ihren Erfahrungen und Interessen aus hegemonialer Öffentlichkeit ausgeschlossen bleiben.

Gegenöffentlichkeiten waren dabei nie etwas Statisches. Sie bewegen sich immer in einer Ambivalenz, sich einerseits gegenüber hegemonialer Öffentlichkeit abzudichten (heute heißt das Ghetto-Politik) und andererseits gleichzeitig in diese eindringen zu wollen. Gegenöffentlichkeiten können assimiliert schließlich selbst Teil hegemonialer Öffentlichkeit werden. Beliebte Beispiele für eine solche Integration sind die Sozialdemokratie oder aktueller: die ehemalige Alternativbewegung, deren parlamentarischer Arm bereits den ersten deutschen Angriffskrieg seit dem Ende des NS mitverantworten durfte.

Formal kann natürlich auch von rechtsradikaler Gegenöffentlichkeit gesprochen werden, insofern die `Neue Rechte` mit eigenen Zeitungen und Lesezirkeln, mit rechten Mailboxen und Netzwerken sowie mit subkulturellen Popstrategien und einer Straßenöffentlichkeit der Gewalt den Kampf um die kulturelle Hegemonie hierzulande erfolgreich aufgenommen hat. Erst unter Verweis auf eine inhaltliche Bestimmung von `Gegenöffentlichkeit` als ein Projekt allgemeiner Emanzipation macht die Rede von rechter Gegenöffentlichkeit keinen Sinn.

Öffentlichkeit – kaputt? Nun gilt das, was Habermas als klassisch-bürgerliche Öffentlichkeit idealisiert, als schon lange zerfallen. Schlimmer noch: selbst die immer wieder beispielhaft angeführte Polis der antiken Stadtstaaten Griechenlands hat es in der von Habermas beschwörten Form nicht gegeben. So war der antike Marktplatz, die Agora, wohl „weniger öffentliches Forum, um der Wahrheit oder der Gerechtigkeit im Widerstreit der konkurrierenden Meinungen zum Durchbruch zu verhelfen, als vielmehr der Marktplatz, an dem mißliebige Personen denunziert, von der Macht ferngehalten und zentrale Entscheidungen der allgemeinen Sichtbarkeit entzogen wurden.“⁷ Öffentlichkeit erscheint so nicht nur als eine durch bestimmte Ein- und Ausschlußverfahren konstituierte Sphäre, sondern als ein gigantischer Ablenkungsmechanismus, als eine riesige Verdunkelungsmaschine.

Trotz allem beginnt der Habermas'sche Blues aber erst dort, wo die halluzinierte Sphäre einer politisch autonomen Öffentlichkeit, die gar als vierte Gewalt mit Kontrollfunktion den öffentlichen Gewalten entgegengestellt wird, als massenmedial vermachtete Arena von oben

⁵ vgl. Alexander Kluge u. Negt, Oskar: Öffentlichkeit und Erfahrung. Zur Organisationsanalyse von bürgerlicher und proletarischer Öffentlichkeit. Frankfurt/M. 1974. S. 9

⁶ Negt/Kluge bezeichnen mit dem Begriff `Gegenöffentlichkeit` lediglich Vorformen von `proletarischer Öffentlichkeit`. (vgl. Kluge/Negt: S.162-163)

⁷ Maresch, Rudolf: Mediatisierung. Dispositiv der Öffentlichkeiten 1800/2000. in: ders. (Hg): Medien und Öffentlichkeit. 1996. S.16)

Wer noch die Durchsetzungsmechanismen und Dynamiken autonomer VVs kennt, wird sich das gut vorstellen können ...

entfaltet wird: „Die durch die Massenmedien erzeugte Welt ist Öffentlichkeit nur noch dem Schein nach.“⁸

Im Zentrum der Kritik steht dabei die Verwandlung eines diskutierenden, literarischen Publikums in ein, das Angebot der Massenmedien, nur konsumierendes Publikum. Öffentliche Kommunikation zerfalle so über weite Strecken in die gleichförmigen Akte vereinzelter Rezeption. Habermas folgt damit Adorno/Horkheimer, die über eine Kritik der kapitalistischen und zentralistischen Organisiertheit der Massenmedien hinaus, bereits in den technischen Bedingungen bestimmter Medien das Problem erblicken. Insbes. der Tonfilm (und später das Fernsehen) galt ihnen dabei als besonders verwerflich: „Die Produkte selber, allen voran ... der Tonfilm ... sind so angelegt ..., daß sie ... die denkende Aktivität des Betrachters geradezu verbieten, wenn er nicht die vorbeihuschenden Fakten versäumen will.“⁹

Eine solche Kritik entspringt allerdings einer nostalgischen Überhöhung früher bürgerlicher Medien (Kunst, Literatur, Zeitung). Sie übersieht die Tatsache, daß ein medienkompetentes Publikum, das gelernt hat mit der Geschwindigkeit der neuen, elektronischen Medien umzugehen, ebenso eine TV-Sendung diskutieren kann (und dies - wie die endlosen Debatten um „big brother“ belegen - gelegentlich auch tut).

Eher ist da noch Baudrillard zuzustimmen, der alle Massenmedien als Produzenten einer Nicht-Kommunikation kritisiert: „Die Medien sind dasjenige, welches die Antwort für immer untersagt, das was jeden Tauschprozeß verunmöglicht. (es sei denn in Form der Simulation einer Antwort, die selbst in den Sendeprozeß integriert ist, was an der Einseitigkeit der Kommunikation nichts ändert.) ... Um diesen Terminus der Antwort richtig zu begreifen, muß man ihn ... auf das beziehen, was in primitiven Gesellschaften sein Äquivalent ist: die Macht gehört demjenigen, der zu geben vermag und dem nicht zurückgegeben werden kann. Geben, und zwar in der Weise, daß einem nicht zurückgegeben werden kann, daß heißt den Tausch zum eigenen Vorteil zu durchbrechen und ein Monopol aufzurichten.“¹⁰ Bereits in der Speicherfunktion der Medien erblickt Baudrillard einen Mechanismus mittels dem eine unmittelbare Wechselseitigkeit von Rede und Antwort unterbunden wird. Tatsächlich ist in jede mediatisierte Form der Kommunikation ein Machtverhältnis eingeschrieben, daß sich nicht grundsätzlich aufheben lassen wird, da auch die Kräfte der Emanzipation Medien benötigen, um ihre Erfahrungen, Wünsche und Wahnvorstellungen zu verallgemeinern.¹¹

Das Problem liegt woanders: Habermas bemerkt richtig, daß Öffentlichkeit heute in immer größerem Ausmaß durch Werbe- und PR-Agenturen erzeugt wird, die für private Unternehmen, Parteien und andere Interessensgruppen ein Produkt-Design, ein öffentliches Image mit spezifischen Identifikationsangeboten entwerfen, denen die KundInnen bereitwillig folgen. Negt/Kluge faßten dies bereits in den 70er Jahren als `industrialisierte Produktionsöffentlichkeiten`. Seitdem ist die PR- und Werbebranche, sind globale Marketing-Unternehmen und die ihnen angeschlossenen Bereiche - in deren Kreativitätsabteilungen bzw. -klitschen gerade auch zahlreiche (ehemalige) Linke untergekommen sind- nahezu explodiert. Heute setzen nicht nur multinationale Unternehmen auf globale Marketing-Strategien, auf Label und Logo. Dem neoliberalen Modell insgesamt geht es mittlerweile weit weniger darum, die von ihm permanent produzierten sozialen Brüche und Konflikte mit

⁸ Habermas. S.261

⁹ Adorno, Theodor u. Horkheimer, Max: Dialektik der Aufklärung. Frankfurt/M. 1988 S.134-135

¹⁰ Baudrillard, Jean: Requiem für die Medien. in: Engell Lorenz u.a.: Kursbuch Medienkultur. Stuttgart 1999. S.284

¹¹ Die Skepsis Baudrillards würde sich dabei durchaus auch auf jene offenen Diskussionsforen wie sie über das Internet ermöglicht werden beziehen lassen: „Jeglicher Versuch, die Inhalte zu demokratisieren, ..., eine Umkehrbarkeit der Kreisläufe zu erreichen oder die Macht über die Medien zu erobern, ist hoffnungslos – wenn nicht das Monopol der Rede gebrochen wird, und zwar nicht, um jedem Einzelnen das Wort zu erteilen, sondern damit die Rede ausgetauscht, gegeben und zurückgegeben werden kann, wie manchmal der Blick oder ein Lächeln ...“ (Baudrillard: S.284-285)

sozialstaatlichen Integrationsangeboten abzufedern, als diese durch eine immer aufwendiger betriebene Imagepolitik schlicht zuzudecken.

Eine Grenze zwischen Public Relations („Öffentlichkeitsarbeit“) und Propaganda ist Fiktion. In Zeiten in denen die offene Remilitarisierung des Politischen von den westlichen Weltmächten erfolgreich durchgesetzt wurde, entdecken nicht zufällig auch kleine nationalstaatliche Regierungen die strategische Bedeutung eigener, mit Hilfe global-agierender PR-Agenturen durchgeführter Werbe-Feldzüge. So war die im Vorfeld des Golfkriegs 1991 von Kuwait engagierte PR-Agentur Hill & Knowlton mit ihren zum größten Teil erfundenen Greulgeschichten über die irakischen Besatzer, ein wesentlicher Faktor für die öffentliche Unterstützung des Krieges in den USA. Ruder Finn, eine Washingtoner PR-Agentur, die für Kroatien, Bosnien und von 1992-1997 für die nicht-existierende Republik Kosovo arbeitete, sah, laut ihrem Direktor J. Harff, ihren größten Erfolg darin, 1992 mit ungeprüften Berichten über serbische Gefangenenlager „Serben in der öffentliche Meinung mit den Nazis gleichsetzen“ zu können. In der Tat ist Harffs in diesem Kontext geäußertes Credo zutreffend: „Schnelligkeit ist entscheidend ... es ist die erste Behauptung die wirklich zählt. Alle Dementis sind völlig unwirksam.“¹²

Mehr denn je bedeutet Öffentliche Meinung also heute die akklamative Zustimmung zu den von oben präsentierten Identifikationsangeboten. Diese Entwicklung hat allerdings zwei grundlegende Ausschlußmechanismen zur Voraussetzung:

Die Herrschaft der Öffentlichkeit, die ihren idealen Ausdruck in der parlamentarisch-repräsentativen Demokratie gefunden haben will, beschränkt sich heute auf eine rein formale politische Beteiligung, also im wesentlichen auf das Kreuz, das wir alle vier Jahre auf den Wahlzetteln hinterlassen. Mit diesem Kreuz verleihen wir weniger unseren divergierenden Interessen Ausdruck, sondern legitimieren vielmehr die institutionalisierte Herrschaft der bereits organisierten Interessen des Status quo.¹³ Ausgeschlossen vom Kreislauf der Macht werden wir so tatsächlich zu einem Publikum im modernen passiv-politikverdrossenen Sinn des Wortes.

Der Ausschluß aus den politischen Beteiligungsverhältnissen wird ergänzt durch einen weitreichenden Ausschluß aus den Kommunikationsverhältnissen. Auch dort wo wir vielleicht Zugang zu eigenen Produktionsmitteln zur Herstellung von Kleinstmedien besitzen, sind unsere Veröffentlichungen kaum konkurrenzfähig mit solchen Medienprodukten hinter denen die geballte Kapitalkraft eines multinationalen Medienkonzerns steht.

Beides wird allerdings verschleiert, in dem ein bestimmtes mediales Arrangement von öffentlicher Kommunikation inszeniert wird. Ein solches Arrangement bietet z.B. der `demokratisch-ausgewogene` Nachrichtenbeitrag in dem alle zu Wort kommen: der verantwortliche Politiker, der Sachverständige und der betroffene Bürger. Auch wenn letzterer keine Einflußmöglichkeiten auf das Wann-kommt-wer-wie-zu-Wort innerhalb der Massenmedien hat, signalisiert dieses Arrangement dennoch: hier findet demokratische Öffentlichkeit statt.

Gleichzeitig wird die Fiktion aufrechterhalten, es gäbe noch eine relevante Öffentlichkeit jenseits der massenmedial erzeugten, welche quasi von den Medien nur dokumentiert wird. Dieser Effekt verdankt sich einem Mechanismus der Selbstreferentialität massenmedialer Öffentlichkeit, einem ständigen Wechsel der Positionen `in der Öffentlichkeit zum Sprechen bringen` - `im Namen der Öffentlichkeit sprechen`. Konkret heißt dies: nachdem Betroffene und KritikerInnen einer Maßnahme (auf)gesucht und zum Sprechen gebracht wurden, konfrontieren die gleichen Medien am nächsten Tag den verantwortlichen Politiker mit der von ihnen selbst erzeugten `öffentlichen` Empörung. In einer solchermaßen sich selbst

¹² Interview von J. Merlino (stellv. Direktor des 2. franz. Fernsehens) mit J. Harff.

U.a. unter: www2.pds-online.de/bt/themen/99041305.htm

Siehe zum Engagement globaler PR-Agenturen aber auch genauer:

www.gib.squat.net/reader/propaganda-und-krieg

Geman, Ben: Diplomacy for Hire. The Boston Phoenix 06-01-99.

Lituchy, Barry: Media deception and the Yugoslav Civil War. www.iacenter.org/bosnia/lituchy.htm

¹³ immer wieder gut: Agnoli, Johannes: Die Transformation der Demokratie. Frankfurt/M. 1968

reproduzierenden massenmedialen Öffentlichkeit läge „die Funktion der Massenmedien“, so Luhmann, „demnach nicht in der Produktion, sondern in der Repräsentation von Öffentlichkeit.“¹⁴ Demokratische Öffentlichkeit, deren reale Wahrnehmbarkeit im Alltag der meisten Menschen gegen Null tendiert, wird so für ein MedienkonsumentInnen-Publikum tagtäglich erfahrbar.

Auf Grund ihrer kapitalistischen Funktionsweise integrieren die Massenmedien dabei Information, Rasonnement und Werbung zu einer kommerziellen Form der Unterhaltung. In dieser mag selbst die kritische, dissidente Meinung ihren Platz finden, insofern sie auf ihren Unterhaltungswert reduziert ist und politisch folgenlos bleiben wird, da das Publikum, das aus dem Kreislauf der Macht bereits ausgeschlossen ist, schon – zap - von der nächsten Sendung unterhalten wird.

Gegenöffentlichkeit – auch kaputt? Die bislang generalisierend beschriebenen Ausschlußmechanismen betreffen allerdings weder alle gleich, noch sind sie die einzig wirksamen. Vielmehr ergeben sich auf Grundlage bestimmter, in ihrer Bedeutung sozial konstruierter Kategorien, wie Hautfarbe, Herkunft, Geschlecht, sexuelle Identität, Gesundheit, Alter u.a. hoch ausdifferenzierte Aus- bzw. Einschlußverhältnisse und somit extrem unterschiedliche Chancen und Zugänge zu einer materiellen, politischen und kulturellen Teilhabe.

Ein Blick auf die Ein- und Ausschlußverhältnisse von denen z.B. MigrantInnen hierzulande betroffen sind, mag dies veranschaulichen.

Bereits auf der Ebene einer formalen demokratischen Beteiligung wird einem Großteil der MigrantInnen-community selbst nach langjährigem BRD-Aufenthalt ein Wahlrecht noch auf den niedrigsten lokalen Ebenen vorenthalten. Während ein kleiner, mehrheitlich männlicher Teil der MigrantInnen-community als Facharbeiter Zugang zu einem sozial relativ abgesicherten ersten Arbeitsmarkt besitzt, lebt eine erschreckend große Anzahl von MigrantInnen als Illegalisierte völlig entrechtet. Sie sind nicht nur in einen extrem niedrig entlohnten dritten oder vierten Arbeitsmarkt eingeschlossen, sondern besitzen auch keinen Zugang zu einer medizinischen Versorgung. Sie sind auf Grund von häufigen Polizeikontrollen zu dem gezwungen, öffentliche Räume, wie Bahnhöfe, Parkanlagen oder andere zentrale Plätze zu meiden. Schließlich mag zwar der ein oder andere grüne Politiker türkischer Herkunft über gute Zugangsmöglichkeiten zu den Massenmedien verfügen, doch haben es im allgemeinen MigrantInnenorganisationen ungleich schwerer, sich Gehör zu verschaffen als vorwiegend deutsche Interessensgruppen. Dies gilt auch für den Bereich sog. alternativer Medien.

Entlang solcher fein abgestuften, sich gegenseitig durchdringenden Aus- und Einschlußmechanismen entstehen immer seltener relativ homogene Gegenbewegungen. Eine Sphäre von Gegenöffentlichkeit, wie sie sich noch in den 70er Jahren zumindest ansatzweise aus den vielfältigen Strömungen der neuen sozialen Bewegungen herausbilden konnte, hat sich heute weitestgehend in miteinander unverbundene Kleinst-Scenen, Subkulturen, Interessensgruppen und Teilöffentlichkeiten aufgelöst. Die zunehmenden gesellschaftlichen Spaltungsprozesse, eine Folge der weltweit durchgesetzten Deregulierungsoffensive, bedingen dabei nicht nur jene Ausdifferenzierung der Bewegungen, sondern führen auch dazu, daß sich große Teile dieser Suböffentlichkeiten heute allein auf die Durchsetzung egoistischer Gruppeninteressen beschränken und sich so gegeneinander ausspielen lassen.

Hinzu tritt, daß bei einem immer weiterreichenden Ausschluß von minoritären oder dissidenten Positionen auf der Ebene des Politischen und Real-Gesellschaftlichen, diese Positionen auf der Ebene einer medialen Öffentlichkeit parasitär aufgesogen werden und dem Spektakel der immer neuen Sensationen hinzugefügt werden. „In diesem Sinne,“ so Katja Diefenbach, „ist der Kapitalismus zur Differenz fähig und in diesem Sinne ist er auch zur Kolonisierung von Teilen der mikropolitischen Szene fähig, weil er sich die Fragen der Frauen- und Schwulenbewegung, der Migranten und SchülerInnen als Zeichen-Input zu

¹⁴ Luhmann, Niklas: Die Realität der Massenmedien. Opladen. 1996. S.188

eigen machen kann. Er nivelliert diesen Input um seine politische Dimension und präsentiert ihn als Abweichung, Exotismus oder neuen Trend. Die mediale Konjunktur von Themen wie Transexualität, Multikultur, Subkultur usw. zeigt, wie der Mainstream, das Zentrum, sich selbst als minderheitlich, als Peripherie, zu präsentieren beginnt.“¹⁵

Insofern der Kapitalismus tatsächlich dazu in der Lage ist alle Gesten der Dissidenz, jedes Zeichen der Differenz für sich zu kidnappen, erhält das, was heute noch mit Gegenöffentlichkeit gemeint sein könnte, mehr denn je eine rein situativ-kontextuelle Funktion. Dies gilt umso mehr, da ein radikal Anderes in Bezug auf die bestehenden Verhältnisse heute als kaum mehr denkbar erscheint. Denn wenn die Eroberung der Macht (mit der Absicht, sich selbst auf die vakante Macht-Position zu setzen) nach den Erfahrungen der real-sozialistischen Staaten tatsächlich kein Ziel mehr darstellt und wenn die Vorstellung einer Ordnung, in der sich Herrschaft tatsächlich auflöst, unter Berücksichtigung eines modernen Machtbegriffs (Macht als permanente, diskursive Einschreibung in alle Verhältnisse und Beziehungen) zurückgewiesen werden muß, dann kann Emanzipation heute nur als eine anhaltende Aufgabe radikaler Machtbegrenzung begriffen werden. Es geht demnach nicht mehr um DIE Gegenöffentlichkeit(en), sondern um flexible Taktiken und Strategien mittels derer den Strategien der Macht immer wieder wirkungsvoll im Sinne einer Herrschaftsbegrenzung entgegengetreten werden kann.

Für eine linke Medienarbeit heißt dies zwar nicht auf die Foren und Organe einer Selbstverständigung, auf „unsere“ (?) Medien, gänzlich zu verzichten, aber taktische Medienarbeit müßte verstärkt versuchen, Nischen in den hegemonialen Kanälen kurzfristig zu besetzen, den Kampf um die Schnelligkeit / Schnelllebigkeit der Informationen aufzunehmen,¹⁶ die herrschenden Diskurse und Images zu sabotieren und bis zur Kenntlichkeit zu entstellen, sowie mit eigenen Logos und PR-Strategien offene netzwerkartige Bündnisse zu schaffen, wie sie vielleicht bereits mit „Innenstadtaktionen“, „Kein Mensch ist illegal“ oder „reclaim the streets“ ansatzweise realisiert wurden.¹⁷

Aber das ist jetzt eine andere Melodie ...

von Carsten Does

(in Zusammenarbeit mit der AG hybrid video tracks)

¹⁵ Dieffenbach, Katja: Die Liebe zu sprechenden Mikromedien 5-Minuten Radiotheorie der Bewegung. in: Shedhalle Programm 97: Von der Einfachlösung bis zum Profisystem. Zürich 1998. S.19

¹⁶ s. dazu die Independent Media Centers. Medien von unten – revisited. in: arranca! Nr.21

¹⁷ s. dazu z.B.: Roller, Franziska: Politik nach der Politik. in: Becker, Jochen: bignes?. Berlin 2001