

Heiko Christians (Potsdam)

Die Gunst der Stunde und die Gunst des Publikums
oder
Warum eine echte Diva keinen handfesten Skandal provoziert

I.

Verkehrt auf dem grauen Esel ›Zeit‹ sitzend, reitet die
Menschheit ihrem Ziele zu.

Wilhelm Raabe, Die Chronik der Sperlingsgasse (1856)

Der Skandal ist das Werk von Routiniers. Er ist eine Routine der Mediengesellschaft. Seit wann diese Routine geläufig ist, lässt sich schwer sagen. Am häufigsten sieht sich der zuschauende Bürger mit eher beiläufig angezeigten *Affären* konfrontiert, die sich dann zum Skandal ausweiten lassen. Beim so genannten ›Polit-Skandal‹ geht es häufig strukturell um die Chance regelmäßiger *Repopularisierungen* weitgehend intransparenter politischer Prozesse (vgl. Hondrich 2002). Ebenso wichtig ist die symbolische Einführung des ›bestimmenden Publikums‹, das Rücktritte fordern oder auch ›Entgleisungen‹ gutheißen darf. Im Fall des TV-Skandals im engeren Sinne, der sehr oft sexuelle, zumindest körperliche Belange betrifft, kann man die Einsätze und Auslöser solcher Routinen nicht ohne weiteres ermitteln.

Als wesentliche Voraussetzung des Skandals ist die *Öffentlichkeit* unangefochten. Das heißt jedoch nicht, dass das Widerspiel mit ihren spezifischen Gegenpositionen – dem Privaten, dem Geheimen und dem Verborgenen – gerade im Hinblick auf den Skandal leicht zu durchschauen wäre. Lassen *verborgene* Konten und *geheime* Machenschaften das Skandalpotential der Politik gerade in den genannten Oppositionen noch klar durchblicken, stellen die Metamorphosen des Privaten in seiner dialektischen Verflochtenheit mit dem Öffentlichen die Beobachter vor immer neue Rätsel.

Eine spezifische, systematisch aufschlussreiche Unfähigkeit zur *Encadrierung* des skandalfähigen Privaten hat Arnold Gehlen frühzeitig im Zusammenhang mit der Fernsehkultur beobachtet. Hat die moderne Literatur nach Gehlen »den subjektiven Innenzuständen erst Gültigkeit verliehen«, so zeigen indes neuere Medien das damit einhergehende Begrenzungsproblem deutlicher auf:

»Das Veröffentlichte *steigt im Realitätsgrad*, weil es in den Schnittpunkt der Blickachsen kommt. Das gilt auch für die Fernsehreihen, in denen wie mit abgedecktem Dach die Familie Jedermann vorgeführt wird, um uns das Vergnügen der Topfguckerei zu bereiten. Man kann dem Eindruck nicht entgehen, daß da etwas Erwähnenswertes geschähe. Die Publikation von Sexualdetails oder die Exekution von Gruppensex bedeutet natürlich ein Eindringen der Öffentlichkeit in das Intimste, doch bleibt uns die Bedeutung dieser Entwicklung verborgen, weil wir wissenschaftlich nicht sagen können, was Scham ist.« (Gehlen 1978:339).

Für beide – im Folgenden noch zu hierarchisierenden – Formen des Polit- bzw. des öffentlichen Privatskandals gilt in Ermangelung einer klar gezogenen Schamgrenze neben der von Gehlen genannten fast unendlichen Ausdehnungsfähigkeit, dass es sich um ›Aufmerksamkeitsaggregate‹ bzw. den Versuch ihrer vorsätzlichen Bildung handelt. Diese Feststellung macht bekanntlich die kategorische Unterscheidung von Politik und Unterhaltung ebenso obsolet wie die Unterscheidung von privater und öffentlicher Sphäre. Offen kulturkritische wie betont sachliche Analysen stimmen in diesem Punkt – dass Politik ohne Show (und Show ohne Politik¹) oder mediale Inszenierung nicht existiert –, überein. Vom Rednerpult und dem Halbrund der Hörer in einer idealisierten Antike bis zum privatrechtlichen DailyTalk-Studio reicht der Bogen zu berücksichtigender Formen und Kulturen der Inszenierung. Dass sich der Skandal als *wahre* oder tatsächliche Unterbrechung dieser inszenatorischen Logik gerade entzieht, ist somit unwahrscheinlich und man kann zur Frage seiner Funktion übergehen.

Aufmerksamkeitserregung bzw. –bindung – darauf haben Georg Franck (1998) mit seiner Theorie ebenso wie Jonathan Crary (1999) und Christoph Türcke (2002) mit ihren eher historisch ausgerichteten Darstellungen zur Aufmerksamkeit hingewiesen – ist ein schwieriges Geschäft. Das Einkommen an Beachtung lässt das Geldeinkommen im Stellenwert hinter sich. Genau genommen ist der Kampf um Beachtung ein Kampf um ein sich beständig verknappendes Gut. Die Arbeiten zur Ökonomie der Aufmerksamkeit zeigen, dass gerade eine laufende Inflationierung mit Reizvollem, Sich-Unterscheidendem, Innovativem, kurz: ›Neuem‹ diese Ressource laufend verknappt (vgl. Schmidt 2001, Groys 1992). Es wird immer unwahrscheinlicher, die Aufmerksamkeit der Rezipienten an ein wie aufwendig auch immer inszeniertes mediales Ereignis auch nur kurzzeitig zu binden. Es ist allerdings sehr schwierig zu sagen, ob hier eine qualitativ neue Dimension erreicht wird, denn die Anthropologie geht durchaus davon aus, dass »eine gegenseitige Blickkontrolle instinktiver Art zu uns gehört«. »Wenn nun Blickkontrolle und Rangordnung instinktiver Natur, d.h. in den Erbanlagen vor geprägt sind«, folgert Arnold Gehlen weiter, »dann wird verständlich, dass die Öffentlichkeit des unmittelbaren Zusammenseins so etwas wie ein Verdichtungsfeld ist, das ein gesteigertes

¹ Eine kongeniale Parabel über die Spielarten und Implikationen des Kampfes um Beachtung auf der Schnittstelle zwischen Markt, Show und Politik bildet David Blaines 44tägige Fastenkur in einem Plexiglastasten über dem Ufer der Themse neben der Towerbridge im Oktober 2003 (vgl. Michalzik 2003:17).

Daseinsgefühl herstellt.« (Gehlen 1978:336; vgl. auch Hahn 2001). Was Gehlen hier für bestimmte »Anlässe in sichtbarer und hörbarer Gegenwart« anderer vermutet, kann mit der von ihm so genannten *sekundären Öffentlichkeit* – seit dem Buchdruck also – nur in noch höherem Maße gelten.

Der Skandal nimmt hier seinen Platz auf einer Skala von formalisierten Versuchen der Aufmerksamkeitsaggregation ein. Die Geltung dieser Skala ist natürlich nicht auf das Einzelmedium Fernsehen beschränkt. Die Unterschiede zwischen den Einzelmedien liegen auf der Ebene der Skandalfrequenz, nicht auf der Ebene seiner funktionalen Logik. Der Skandal ist ein Produkt inflationär gewordener Versuche, im Medium der Ereignisse *Aufmerksamkeitsklumpen* zu bilden. Die Lancierung von Skandalen wird von Sendern oder Formaten dementsprechend vorsichtig gehandhabt, da schon Erfahrungen mit der Abnutzung der Aggregierungsstrategien bestehen. Hierbei geht es dann wiederum nicht nur um die Häufigkeit, mit der ein Skandal erklärt und inszeniert wird, sondern auch um Spezifitäten der Einzelmedien Zeitung, Kino, Fernsehen oder Internet, die zumeist vernachlässigt werden.

Der Skandal tritt nicht einfach auf den Plan und macht dann für mehr oder weniger lange Zeit einen aufmerksamkeitsbindenden Unterschied im Angebot. Der Skandal wird vielmehr in eine Art eigene ›Sendung‹ verwandelt und – um einmal das derzeitige Leitmedium der Skandalkultur anzuführen – ab sofort in die *liturgische Ordnung des Fernsehens* (vgl. Thomas 1998) eingespeist. Die dem Einzelereignis drohende Abnutzung wird damit vom Medium selbst sofort in Gang gesetzt und betrieben, um sich des Vorteils, die Ressource Aufmerksamkeit kontinuierlich (statt einmalig oder ruckartig) abzubauen, nicht zu berauben. Erst wenn sich der Skandal so kontrolliert *renormalisiert* hat, wie es beispielsweise mit den ›Ereignissen‹ der Werbung schon durch ihre endlose Wiederholung in Werbeblöcken geschieht, wird der Abbau gestoppt, da der Goldgehalt bzw. die Bindekraft des Materials ohnehin gegen null tendiert.

Die Ereignisfolgen so genannter ›Jahresrückblicke‹ im Einzelmedium Fernsehen werden geradezu rhythmisiert von Skandalen (z.B. von ›Ausrastern‹ prominenter Fußballtrainer). Auch die Menge der reportierten Großereignisse eines solchen Jahresrückblicks braucht neben ›Katastrophen‹ eine Mindestrate an ›Skandalen‹. Dieser Mix fügt sich dann wiederum in die liturgische Ordnung des Fernsehjahres (vgl. Thomas 1998), das längst die christliche Zeitordnung – der Feiertag wird Spielfilmtag – in sich aufgenommen hat, aber bislang noch nicht von einem Internetjahr abgelöst werden konnte.²

² Der ›seriöse‹ Spiegel eröffnet das Jahr gerne mit einem *Lexikon der wichtigsten Akteure, Begriffe, Innovationen – und Peinlichkeiten* (vgl. Anonym 2004a:72ff). Die Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung schützt den Schutz

Schon die suggestive begriffliche Nähe von Skandal- und Jahreschronik weist hier den Weg, der augenscheinlich in das Ursprungsgebiet von Nachrichten als ›wundersam-fabelhaften Ereignissen‹ zurückführt. Dass es rein terminologisch im Gegensatz zum Jahresrückblick noch keinen Skandalrückblick gibt, zeigt dabei das Kalkül an, den Skandal aus der allzu ersichtlichen Ökonomie der Aufmerksamkeit wenigstens rhetorisch noch herauszuhalten. Die prinzipielle Erwartbarkeit des Skandals und seine penible Positionierung im Programm werden – anders als seine ›Verheißung‹ – verhüllt, da sie im ganz wörtlichen Sinne dem ›Ansehen‹ des Phänomen ›Skandal‹ schaden würden. Die gestellte Falle, die das altgriechische Ursprungswort *scandalethron* bezeichnet, schnappt allerdings längst nur noch zu, wenn Jäger und Wild handelseinig sind.³

Eine weitere Differenzierung bietet sich hier an: Live-Sendungen prägen andere Formen des Skandals aus als Konserven. Wird bei der Konserve das Publikum in der Regel mit einer Vorberichterstattung vorbereitet und angewiesen, etwas als Skandal zu rezipieren, übt sich die Livesendung in der Überrumpelungstaktik. Der Talk- oder Showmaster signalisiert Verblüffung oder Kontrollverlust, das Publikum vor Ort und vor den Apparaten will (wie die Programmdirektoren) mit der moralischen Unterscheidung ›Abschalten‹ vs. ›Aushalten‹ (meint: didaktisch motiviertes ›Wir zeigen das bewusst‹) Einfluss auf den Verlauf der Sendung nehmen. Die Telefone, die Chats, die mediale Interaktion – und damit die aufmerksame Kommunikation des Gesendeten – laufen besonders schnell heiß. Das Aufmerksamkeitsaggregat stabilisiert sich. Die Nation – und zunehmend die Welt – empört sich (über den ominösen ›blanken Busen‹ oder ähnliches) und ›ist dabei‹.

Der Skandal kann sich sogar als ›Sendung‹ zeitweise von den etablierten Formaten emanzipieren: Der Moderator zeigt sich erst schamhaft, dann beeindruckt, macht schließlich immer neue Anspielungen, seine Kollegen nehmen den Vorfall auf, winden sich, kommentieren ihn, laden ihrerseits Stellungennehmer ein. Die Kommentarmaschine als sicherstes Zeichen längerfristig gebundener Aufmerksamkeit arbeitet auf vollen Touren: Der Skandal wird ein Skandalklassiker – und im Jahresrückblick abgelegt. Der scheinbar spontane Wildwuchs skandal-kommentierender Interaktion legt sich solange über unterschiedlichste Formate, bis die etablierten Formate ihre Funktion als Aufmerksamkeitsbinder wieder unflankiert ausüben oder eben ein neues Format entstanden ist.⁴

der Geschmacksgrenzen vor, so etwa Thomann (2004:29) unter dem Titel *Wie wir lernten, unser Mitleid zu verlieren. Von ›Wünsch dir was‹ zum ›Fear Factor‹.*

³ Genau genommen bezeichnet das Wort ›das krumme Stellholz in der Falle‹.

⁴ Die Logik des Kommentars wurde am Beispiel der Literatur schon durchgespielt – vgl. nur die Monographie von Frank Kermode (1985).

Das nur vordergründig willkürliche, parasitäre Wandern des Skandals unter den Formaten und Genres ist der Höhepunkt seiner Existenz. Das Ineinandergreifen verschiedener Einzelmedien und ihre gegenseitige Aufladung und Verstärkung bedürfen noch einer genauen Analyse. Gerade das Zusammenspiel vom Fernsehen als Ausgangsmedium, der Boulevardpresse als blitzschneller Formelproduzentin und Verstärkerin und des Internets als Forum differenzierterer Erörterung ist markant. Vorher soll mit der *Diva* jedoch ein Konkurrent des Skandals betrachtet werden, dessen Potential und Kalkül gegenüber dem auf Steigerung und Aggregation ausgelegten Phänomen durch eine anders angelegte Logik der Aufmerksamkeitsbindung zur Entfaltung gebracht wird.

II.

Himmel und Erde! Armes glückliches Menschenherz!
Wilhelm Raabe, Die Chronik der Sperlingsgasse (1856)

Die starke Bindung des Skandals an das *Startum*, an den Regenbogen über dem papiernen und elektronischen Blätterdschungel, kann einen zweiten Aspekt des in Frage stehenden Phänomens beleuchten helfen. Ist der Polit-Skandal eine Reaktion auf die immer schwierigere Produktion von aufmerksamkeits- und (bestenfalls) reflexionsbindenden Ereignissen in der massenmedial vermittelten Politik, reagiert das skandaläquivalente *Startum* – als Nukleus und Testgebiet der Unterhaltung – auf die laufende Inflationierung von kurzfristig behaupteter Prominenz mit der Konstruktion von *Diven* und *Megastars*.

Der *Megastar* ist dabei terminologisch viel weniger erfolgreich, weil der Wille zur ausdrücklichen und notwendigen Überbietung des Vorhandenen allzu deutlich mitschwingt und die nächste begriffliche Überbietung in den Fortschritten und Kapazitätssteigerungen der Speichertechnologie schon vorprogrammiert ist. Die anregende These von Tom Holert (2004), dass der sich ständig stärker bevölkernde und gleichzeitig weiter ausdifferenzierende Sternchenhimmel einer neuartigen »proliferierenden Ranking- und Testkultur« geschuldet ist, teile ich nicht, da hier warnend projizierte sozio-ökonomische Modelle, in denen »Person und Arbeitskraft eine unauflöslche Einheit bilden«, zu schnell gebildet und zu schnell auf die *Unterhaltung* abgebildet werden. Ganz ähnlich argumentiert Claudius Seidl (2004), indem er einen Wechsel der gesellschaftlichen Leitdisziplin von der Kunst-Theologie zur Ökonomie konstatiert: »Dass aber eine Ökonomie des Starwesens dessen Theologie nicht ersetzen kann, das zeigen die Beispiele von Greta Garbo und Marlene Dietrich. [...] Wenn heute die Schauspielerin Gwyneth Paltrow den Titel von ›Vanity Fair‹ schmückt [...] geht es letztlich darum, wie

Frau Paltrow wurde, wer sie ist, um Leistung also, um harte Arbeit, und nichts bleibt übrig von Aura und Geheimnis [...].« (Seidl 2004:22). Der Schluss zeigt allerdings, dass Seidl nicht die Allmacht ökonomischer Standards, sondern den Verlust der (Hoch-) Kunst im Auge hat. Dieselbe These, nur deutlicher ausgesprochen, zieht Diedrich Diederichsen (2004) hinzu, um die Unterscheidung von *Star* und *Promi* inhaltlich durchzuführen: »Der Star hat eine Geschichte [...] Der Promi ist eine Milbe. Wie diese ist er unausweichlich. Er hat dies mit der Makrotendenz gemeinsam, der wir ihn verdanken, dem Neoliberalismus.«

Alle diejenigen Untersuchungen und Darstellungen, die sich an der Annahme einer tatsächlichen exklusiven (gerne auch ideologischen) Substanz dieser bloß deklarierten Diven und Megastars abarbeiten, müssen letztlich fehlgehen, da sie den Aspekt einer laufenden ›Aushierarchisierung‹ von Aufmerksamkeitsattraktoren unter den Bedingungen der zunehmenden Verknappung dieser Ressource im Unterhaltungsbereich außer acht lassen. Der Star ist ebenso substanzlos wie die Diva, nur liegt hier ein anderes Zeitkalkül vor. Dasselbe gilt für die Unterscheidung von *Fan* und *Verehrer* (vgl. Faulstich 2000). Auch hier – auf der Seite des Rezipienten – liegt ein Zeitkalkül vor, insofern er entscheidet, wie er die Erzählung seiner Partizipation oder Nachfolge organisiert, bzw. wie sich sein Leben um diese gewählte (Selbst-) Erzählung herum gestaltet. Die Aufmerksamkeitssicherung ist deshalb eine Skala, die noch einmal nach solchen übergeordneten, nicht unbedingt ›höheren‹ Zeitkalkülen differenziert werden muss.

Die Diva ist aus diesem Blickwinkel dasjenige Phänomen, dem die aufmerksamkeitsbindende Kraft des Skandals geopfert, besser: untergeordnet wird, da die Diva ein anders geartetes, größeres Aufmerksamkeitskapital verspricht. Die Alkohol-, Tabletten- oder Ehe-Eskapaden einer Diva werden nicht zum vollen Skandal ausgefahren, weil die *Verehrer* der *Göttlichen* – im Gegensatz zu den *Fans* der *Stars* – längerfristig gebunden werden können. Der Skandal würde die Diva kosten, doch das längerfristige Kalkül der Medien (und der Rezipienten) bewahrt uns davor.

Aber zum Kern der Sache, denn ein solcher Kern liegt vor, wenn er auch nicht dem Gegenstand eignet, sondern seiner Organisation. Was macht diesen Attraktor *Diva* effizienter? Was erlaubt und verschafft ihm die vertikal hierarchisierende Kraft auf dem hart umkämpften Markt der um Aufmerksamkeit heischenden Ereignisse der Unterhaltung? Es ist die Logik der auf andere Weise in Gang gesetzten Kommunikation. Es ist die Kraft poetologischer Konstruktionen und Kalküle in elementaren *Erzählungen*, deren Macht etwa Karl Eibl (2003) beschrieben hat, welche im Zeitalter der Massen und der Massenmedien nicht einfach außer

Kraft gesetzt oder abgelöst werden, sondern nur in andere Kontexte eintreten und die Verhältnisse des *Wahren* und *Wunderbaren* neu ordnen.

Im Falle der Diva ist es ein in sich chiasmisch verschränktes Erzählen, das jenes einfache Wuchermodell des Skandals⁵ – die kontrollierte Eskalation – mit einer brillanten Logik der langfristigen Aufmerksamkeitssicherung überflügelt und aushebelt. Nachvollziehbar macht diese These eine simple Beobachtung: Auch die wenigen, anregenden, nicht rein affirmativen Darstellungen der Diva bzw. des Stars als *Lichtgestalt*⁶ bestehen auf ein merkwürdiges *Doppelantlitz* derselben: Zugleich seien sie *leiblich* und *göttlich*, zugleich verlaufe ihr Leben *unglücklich* und *triumphal*:

»So ist ihr Starkörper wie kaum ein anderer zum Ort widersprüchlicher Projektionen geworden. Erst nach ihrem Tod erkannte man, dass unter der Oberfläche einer unbekümmerten, lebenssprühenden Fröhlichkeit grenzenlose Selbstzweifel und der Hang zur Selbsterstörung lauerten. In unserem kulturellen Gedächtnis verewigt sich das Image der Monroe auf der Grenze zwischen einer himmlischen Lebensenergie, die ihr einen übermenschlichen Zauber verlieh, und den höllischen Ängsten, den Depressionen und der Schlaflosigkeit, die sie nur mit Tabletten bekämpfen konnte. Gerade darin zeigt sich aber auch der Kern ihres Diva-Daseins: Sie hat uns einen spannungsreichen Schwebezustand zwischen Lebensbejahung und Todestrieb vorgelebt, verkörperte Gegensätze, die sich für unsereinen anschließen, für sie aber aufs innigste verwandt waren.« (Bronfen 2002:63).

Wie diese Doppelheit, bzw. ihr nachhaltiger Eindruck, zustande kommt oder stabilisiert wird, ist den entsprechenden Darstellungen nicht zu entnehmen. Die Thesen beschränken sich in der Regel auf eine Pointierung, ja Rühmung der jeweiligen Diva als Kompensationsfigur für Entfremdung, mangelnde Prominenz, zu komplizierte historisch-politische Umwelten usw. Dabei ist das Phänomen strukturell viel effizienter, weil einfacher: Das vermeintliche *Doppelantlitz* der Diva, das diese Attraktivität langfristig sichert, ist die ausbleibende Asymmetrisierung einer solchen Doppelerzählung. Der Skandal rangiert hier – im exklusiven Kosmos mythischer, herausragend dauerhafter Erzählungen – nur unter anderen Ereignissen. In der Erzählung vom allzumenschlichen Leidensantlitz der Diva, das der unwiderstehliche triumphale Auftritt ergänzt bzw. alterniert, hat der Skandal nur einen untergeordneten Platz.

Die Verschränkung der beiden konträren Geschichten ›im Angesicht der Diva‹ arbeitet so, dass beide Versionen oder Ansichten immer gleichzeitig zirkulieren können. Die Form ihrer Zirkulation ist dabei eine längst eintrainierte, automatisch abgerufene Lektüre. Die zirkuläre Doppel-Geschichte von Aufstieg und Fall, Götternähe und Götterferne, Hybris und Vergabung (oder Wiederaufnahme) ist um so vieles stärker oder effizienter als die Geschichte vom *skandalon*, dass die Erwartbarkeit einer längst beim Publikum habitualisierten Lektüre besser kalkuliert werden kann, als es im Falle der Kunde vom angeblich einmaligen Tabubruch je der Fall sein würde.

⁵ Vgl. zum Wuchern der Gerüchte Neubauer (1998).

⁶ Vgl. den die gebräuchliche Star-Metaphorik wunderbar analysierenden Aufsatz von Vogel (2002).

Der kontrolliert wuchernde Kommentarrand des Skandals wird ersetzt durch die garantierte Habitualisierung der ›tragischen‹ Lektüre beim Leser, Zuschauer oder Zuhörer. Sexy Marilyn (mit den Tabletten), Schmalzlocken-Elvis (mit dem aufgeschwemmten Gesicht), glamouröse Liz (mit den zu vielen Männern, [vgl. Almqvist 2003]): Man kann die Bilder und Informationen nicht mehr anders als doppelt lesen. Der massenmedial stabilisierte Umlauf der Geschichten ist der strukturell uralte Umlauf von Doppelgeschichten. Diese Doppelgeschichten nutzen sich nicht ab, weil der Rezipient – und offensichtlich auch der Wissenschaftler – bei jedem Satz, bei jedem Bild, bei jeder Szene die Seite wechselt – hin und wieder zurück. Alles ist immer schon Beleg für beide Seiten einer Sache – einer Geschichte und ihrer erzählerischen Struktur –, die man eben kennt und *so* liest. Es wird nicht langweilig, es fasziniert, weil das Umspringen eingebaut ist und der Skandal langfristig der mächtigeren, stärker bindenden (Erzähl-) Logik des *Doppelantlitzes* untergeordnet bleibt.

III.

Wer weiß soviel Märchen, die alle anfangen ›Es war einmal‹ und damit enden, daß jemand in ein Faß mit Nägeln und Ottern gesteckt und den Berg hinabgerollt wird?

Wilhelm Raabe, Die Chronik der Sperlingsgasse (1856)

Die Medien fungieren zunehmend weniger als Berichtsmedien und werden auch immer seltener so wahrgenommen. Die Wirklichkeit, über die wir von ihnen Aufschlüsse erwarten, ist uns – um es noch einmal mit Niklas Luhmann zu sagen – ohnehin nur durch sie bekannt. Auch der zufällige oder externe Skandal ist deshalb nicht vonnöten, um das Gerangel um Aufmerksamkeit immer wieder siegreich zu gestalten. Der Skandal wird längst aus den hochgradig selbstbezüglichen Medienwelten nach Bedarf generiert. Tabubruchkalküle, die noch an Moral ausgerichtet werden, bedeuten letzte Abfahrten aus dem Reich der massenmedialen Unterhaltung, in der selbstverständlich auch Kunst weiterhin vorkommen darf.

Die (kommunizierte) Panne, die (spontan angesetzte) Sondersendung oder die (ausgestellte) Unterbrechung (mit dem umgestürzten Fußballtor) sind längst so etablierte und preisgekrönte ›Sendungen‹, wie es jene, das schlimme f-Wörtchen überbeependen Zensurtöne des Radios für die Rhythmen und Kompositions- (bzw. Verkaufs-) Regeln des Hiphop seit Jahrzehnten vorgemacht haben. Das *global village* des Dschungel-TV-Formats ›Ich bin ein Star – holt mich hier raus!‹, das in Abweichung von McLuhans Vision eine merkwürdige Mischung aus dem sprichwörtlichen musealen ›Negerkral‹ und einem rousseauistisch drapierten Konzentra-

tionslager wurde, liefert hierfür glänzendes Anschauungsmaterial. Nicht so sehr der von Gehlen formulierte Vorbehalt, dass eine fest gezogene Scham- oder Ekelgrenze gar nicht existiert, wurde hier illustriert – womit auch die schon geplanten, dem reinen *fear factor* huldigenden Formate zum Scheitern verurteilt sein dürften –, sondern die endgültige und höchst kunstvolle Verknüpfung von (Comedy-)Kunst (vgl. Hindemith 2004:40) und (Gehässigkeits-)trash, Öffentlichkeit und Privatheit, Arbeit(-slager) und Freizeit(-camp).

Alle konstitutiven Unterscheidungen des bislang aufgezirkelten Feldes der skandalfähigen Unterhaltung findet man in diesem virtuoson Formatemix versammelt: Korreliert man das Lagerambiente der aufgedruckten (Telefon-)Nummern und knapp bemessenen Essensrationen in Einheitskleidung mit den vom starken Staat geheim gehaltenen Mitteln und Orten der Disziplinierung ungehorsamer Subjekte, lassen sich auch Teile der an die Boulevard-Presse durchgeschobenen ›So war es wirklich‹-Kassiber in ihrem systematischen Stellenwert leichter einordnen. Die Skandalspannung zwischen den Polen *öffentlich* und *geheim* ist nach dem geglückten Anbringen triumphal-anklagender Parolen der ›vorzeitig Entlassenen‹ kaum zu überbieten, weil der quasi-staatliche Tonfall des Lager-Reports dem tatsächlichen Boulevard unverzüglich Würde und Gewicht verleiht.⁷

In diesem „gouvernementalen“ Rahmen kann nun wiederum die Unterscheidung von *öffentlich* und *privat* zu voller Entfaltung gebracht werden. Das unrechtsstaatliche Lager-Setting reauthentifiziert die längst schablonenhaft und scheinchenweise veröffentlichten so genannten Privatleben der Internierten bis zum Siedepunkt massenhafter Identifikation im Publikum. Die Mob- und Ekel-TV-Schelte hatte gegenüber den allseits durchklingenden Sympathien für die Insassen und ihre Aufseher – ›Was sich liebt, das neckt sich!‹ – etwas Aufgesetztes und Hohles. Die Telefonwahl für eine Prüfung verlor ihren Bestrafungscharakter schon durch die demonstrative Opferbereitschaft der Kandidaten. Nur wer sich der Aufmerksamkeit relativ sicher war, kokettierte mit der Ablehnung einer auferlegten Prüfung. Die Wahl deutete eher auf ein Erwähltsein des Kandidaten, als auf die Häme der Anrufer hin.⁸

Der erste Skandal der hohen Einschaltquote war somit noch nicht auf der Höhe des Formats. Die Scheinheiligkeit der öffentlich-rechtlichen Nebenhörer an den Schmutzakademien der privaten Anbieter wurde schnell in den Feuilletons entlarvt. Die Masse und das Format sanken endlich in sympathischer Erstlektüre, d.h. in der für Augenblicke wiederhergestellten Privatheit des Umgangs mit exemplarisch Leidenden, in die Arme. Erst hier, an diesem

⁷ »Das Essen, es gab ja nur ein paar Löffel Reis und Bohnen am Tag. Schlimm auch die ewig nasse Pritsche, die hygienischen Zustände auf der Toilette. [...] Das, was wir dort erlebt haben, hatten wir vorher nicht einstudiert.« So Mariella Ahrens (2004:14) darüber, wie „es wirklich im Dschungel-Camp“ war.

⁸ Artikel wie »Werner Böhm im ›Tunnel des Grauens‹« (Anonym 2004b:15) bestimmten die Kommunikation zu keinem Zeitpunkt.

fortgeschrittenen Punkt eines Durchdeklinierens der immer noch konstitutiven Begriffspaarungen *öffentlich/privat*, *öffentlich/geheim* und *öffentlich/verborgen*, wird der zentrale und aufmerksamkeitsökonomisch allein erfolgreiche Skandal des Dschungel-Formats verständlich: Das Boulevardpublikum ereifert sich unter Anleitung der Boulevardpresse über den Tratsch und seine niederen Beweggründe bei (meinetwegen zweifelhaften) Boulevardgrößen! Diese prächtige Blüte der Selbstbezüglichkeit des Medialen wird so schnell nicht wieder heranreifen.

Erst als zwei Insassen in scheinbarer Abgeschiedenheit das (medial überwachte) *Geheime* mit dem *Verborgenen* zu verwechseln vorgaben, und damit die Verwirrung der Leitunterscheidungen (von im Privatfernsehen veröffentlichter Privatheit öffentlicher Personen an ebenso öffentlich gemachten Geheimorten) endgültig in die Unlesbarkeit trieben, konnte auf dem so bereiteten harten Lagerboden für unschätzbar wertvolle Sendeminuten das Private vor den Ohren der staunenden Millionen wieder einmal stattfinden. Die intensive Kommentierung, Aufarbeitung und mediale Dauerzirkulation der zentralen Tratschszenen lässt keine Zweifel am Erfolg dieses Skandals zu: »Das Straußen-Opfer Caroline Beil kam erst auf die Shitlist der Zuschauer, nachdem sie mit dem coolen Carlo Thränhardt stutenbissig über Susann Stahnke gelästert hatte.« (Nutt 2004:17)

Soviel zum Inhalt der Schlüsselszene. Es war augenscheinlich nicht der tabulose oder revolutionäre Text des Tratschdialogs, es war auch nicht die am Prominenten erstmals zu beobachtende Gehässigkeit, es war die komplizierte, aber gelungene Konstruktion des Privaten im öffentlichen Lagerraum, der die tatsächliche Unentwirrbarkeit solcher Kategorien im massenmedialen Raum für einige glückliche Momente vergessen machte. Die durch das Internet vom Aussterben bedrohte Fernsehnation war in ihrer Verunsicherung über die Entbergung der Privatheit öffentlicher Personen (an geheimen Orten) noch einmal eins geworden und in dem Gefühl, auf Augenhöhe mit den Protagonisten gelebt zu haben, aufgehoben:

»Ich habe gedacht, die kriegen das nicht mit. Und wenn, dass sie es nicht senden, denn mit Carlo habe ich mir einen Platz abseits der Kamera ausgesucht, und wir haben auch unsere Mikros zugehalten. Dass das natürlich genau der Moment war, auf den die gewartet haben, weil es bis zu dem Zeitpunkt in dem Camp langweilig war, das haben wir natürlich nicht wissen können.« (Beil u.a. 2004).

Alle anderen erfolglosen skandalösen Invektiven und deren mehrfache mediale Verschachtelungen können hier nur noch kurz erwähnt werden: Geflüsterte Eingeständnisse von Seitensprüngen (Böhm u.a. 2004:1) eines verheirateten Gruppenmitglieds werden in ganzseitigen Exklusivartikeln mit Auflagen in Millionenhöhe von der betroffenen Ehefrau öffentlich (und mit Nacktfotos) kommentiert (vgl. Böhm u.a. 2004:11). Angebliche Geheimtagebücher einer Teilnehmerin (vom Ehemann qua Einfühlung geschrieben) erscheinen bei laufender Staffel in der *yellow press* („aus dem Lager heraus“) und werden noch im Lager als ›Verrat‹ themati-

siert. Der vom Publikum gewählte Gewinner des *contests* hat bei seinem Auszug als letzter Lagerinsasse und Einzug als erster Urwaldkönig in das nahe Urwaldstudio einen sofort vermarkteten (industriell vorproduzierten?) Siegersong auf den Lippen. Eine Teilnehmer-Revival-Gala zur besten Sendezeit wird zum Forum äußerst streng ausgelegter Entschuldigungsrituale.

In diesem Genrecocktail wurden so gleichzeitig in verschiedene Richtungen Skandalofferten gestartet. Erfolgreich war letztlich nur jener Versuch, der sich selbst zum Thema hatte: Wie viel Tratschgeborgtheit bietet der Boulevard? Die Naivität der Protagonisten hielt sich bei diesem medialen ›Selbstversuch mit Leitunterscheidungen‹ wahrscheinlich in Grenzen:

»Mir war klar, dass man für die Öffentlichkeit interessant wird, wenn man im australischen Dschungel herumläuft, sich dabei 24 Stunden lang von zwei Dutzend Kameras verfolgen lässt und jeden Abend im Fernsehen die Bilder laufen. Ich kenne die Mechanismen.« (Beil u.a. 2004).

Die Verunsicherung aber war gelungen, und der selbstverständliche und gönnerhafte Konsum der Skandale unterbrochen. Hierfür bekam die Protagonistin unzählige Anrufe (Stimmen), die sich zwar nicht zum Doppelantlitz der Diva zusammensetzten, aber die pure Selbstbezüglichkeit des Mediums erfolgreich und wunderbar selbstironisch an die behaupteten moralischen Standards des *man of the crowd* zurück zu binden erlaubten. Ausgerechnet der künstlichste (man könnte auch sagen: technischste) aller lancierten Skandalversuche erfüllte seine außermediale Mission und blieb längere Zeit an der alltagsmoralischen Wirklichkeit des Publikums haften. Der vor (zugehaltenen) Mikrofonen erfochtene und in Schlammlöchern verteidigte Ehrentitel schlug denn auch zumindest in Deutschland ein weiteres Kapitel im Buch der Aggregate auf: *bitch*.

Literaturverzeichnis:

Ahrens, Mariella (2004): So war es wirklich im Dschungel-Camp. In: Berliner Zeitung, (19.01.2004), 14.

Almqvist, Paula (2003): elisabeth liz taylor. In: Stern Spezial. Biografie. Menschen Dramen Lebenswege 4, 10–39.

Anonym (2004a): »Gefährlicher als Kernenergie.«. Mit großen Geburtstagsshowes feiert Deutschlands Privatfernsehen dieser Tage seinen 20. Geburtstag. Ein Lexikon der wichtigsten Akteure, Begriffe, Innovationen – und Peinlichkeiten. In: Der Spiegel, Nr.1, 72–76.

Anonym (2004b): Werner Böhm im ›Tunnel des Grauens‹. In: Berliner Zeitung (19.01. 2004), 15.

Beil, Caroline u.a. (2004): »Jetzt kriegst du 10 TV-Shows!« Interview mit Caroline Beil. In: Der Spiegel (26.01.2004), (online-Ausg.) 1-5.

Böhm, Werner u.a. (2004): Sexbeichte im Dschungel. In: Bild-Zeitung (19.01.2004), 1 und 11.

Bronfen, Elisabeth (2002): Zwischen Himmel und Hölle – Maria Callas und Marilyn Monroe. In: Elisabeth Bronfen/Barbara Straumann: Die Diva. Eine Geschichte der Bewunderung. München, 43–67.

Crary, Jonathan (1999): Aufmerksamkeit. Wahrnehmung und moderne Kultur. Frankfurt/M.

- Diederichsen, Diedrich (2004): Der Promi ist eine Mikrobe. In: Tageszeitung (16.01.2004).
- Eibl, Karl (2003): Vergegenständlichung. Über die kulturstiftende Leistung der Menschensprache. In: Fotis Jannidis/Gerhard Lauer/Matías Martínez/Simone Winko (Hrsg.): Revisionen. Grundbegriffe der Literaturtheorie. Berlin/New York, 566–590.
- Faulstich, Werner (2000): Sternchen, Star, Superstar, Megastar, Gigastar. Vorüberlegungen zu einer Theorie des Stars als Herzstück populärer Weltkultur. In: Ders.: Medienkulturen. München, 201–212.
- Gehlen, Arnold (1978): Die Öffentlichkeit und ihr Gegenteil. In: Ders.: Gesamtausgabe. Bd.7: Einblicke. Frankfurt/M., 336–347.
- Groys, Boris (1992): Über das Neue. München.
- Hahn, Alois (2001): Aufmerksamkeit. In: Aleida Assmann/Jan Assmann (Hrsg.): Aufmerksamkeiten. Archäologie der literarischen Kommunikation VII. München 2001, 25–56.
- Hindemith, Wilhelm (2004): Unser Puck. Ein Plädoyer für Dirk Bach, der RTL aus dem Morast führte. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung (24.01.2004), 40.
- Holert, Tom (2004): Die Elite muss Spektakel werden. In: Tageszeitung (19.01.2004).
- Hondrich, Karl Otto (2002): Enthüllung und Entrüstung. Eine Phänomenologie des politischen Skandals. Frankfurt/M.
- Kermode, Frank (1985): Forms of Attention. Chicago/London.
- Michalzik, Peter (2003): Der Hunger nach Aufmerksamkeit. In: Frankfurter Rundschau (17.10.2003), 17.
- Neubauer, Hans-Joachim (1998): Fama. Eine Geschichte des Gerüchts. Berlin.
- Nutt, Harry (2004): Kakerlakenland des Fun. In: Frankfurter Rundschau (15.01.2004), 17.
- Schmidt, Siegfried J. (2001): Aufmerksamkeit: die Währung der Medien, in: Aleida Assmann/Jan Assmann (Hrsg.): Aufmerksamkeiten. Archäologie der literarischen Kommunikation VII. München, 183–196.
- Seidl, Claudius (2004): Der Star ist tot. In: Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung (01.02.2004), 22.
- Thomann, Jörg (2004): Wie wir lernten, unser Mitleid zu verlieren. Von ›Wünsch dir was‹ zum ›Fear Factor‹. In: Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung (25.01.2004), 29.
- Thomas, Günter (1998): Medien. Ritual. Religion. Zur religiösen Funktion des Fernsehens. Frankfurt/M., 459–517.
- Türcke, Christoph (2002): Erregte Gesellschaft. Philosophie der Sensation. München.
- Vogel, Juliane (2002): Himmelskörper und Schaumgeburt: Der Star erscheint. In: Wolfgang Ullrich/Sabine Schirdewahn (Hrsg.): Stars. Annäherungen an ein Phänomen. Frankfurt/M., 11–39.