

Public Viewing

Öffentliche Fernsehdarbietungen im Freien

Public Viewing erlebt seit der WM 2006 in Deutschland einen enormen Boom. Trotz kontinuierlich wachsender Medienkonkurrenz ist das Fernsehen immer noch in der Lage, ein riesiges Publikum auf ein einziges Medien- und Sportereignis zu fokussieren. Dabei hat es die Wohnzimmer der TV-Nation verlassen und sich auf neuartige Weise in der öffentlichen Sphäre (z. B. Kneipen, öffentliche Plätze) verankert. Public Viewing zelebriert Fernsehen erstmals in großem Stil als kollektives Ereignis, setzt sich als stark emotionalisierendes, teils sogar „rauschhaftes“ Erlebnis auch dauerhaft im medialen Gedächtnis der Zuschauer fest. Florian Rötzer beschreibt unter dem Eindruck der WM 2006 das neuartige Massen(medien)phänomen:

Mediale Massage

von Florian Rötzer

Mit den Großbildschirmen in den öffentlichen Räumen bei der Fußball-WM werden die Massen auf einer neuen Stufe der Medienevolution in einen kollektiven Rausch versetzt. Schon die letzte Fußballweltmeisterschaft war auch eine medientheoretische, oder vielmehr, medienpraktische Demonstration. Wer immer der Meinung aus dem Repertoire der Kulturuntergangskritik war, dass der Gang in die (digitale) Mediengesellschaft die Einsamkeit der Menschen vor ihren Bildschirmen verstärkte, war seinerzeit eindrucksvoll eines Anderen belehrt worden. Die in den öffentlichen Raum gewanderten Bildschirme erwiesen sich als Gegenteil: als Katalysator eines Massenrausches.

Besonders auffällig vermittelten die neue Stimmung die Menschen in Korea. Da schien eine ganze Nation, vor allem die jungen Menschen, in eine taumelnde Feierstimmung zu geraten, bei der es auch um das Fußballspiel, die eigene Mannschaft und eine Art nationaler Stimmung ging, aber in der die riesigen Leinwände den Kern bildeten, der die Massenerregung der Menschen in roter Kleidung massierte. Gleichwohl schien der Anlass fast nebensächlich zu sein, auch der Ausgang des Spiels. Die Masse feierte sich selbst, die Spiele waren dafür nur der notwendige Katalysator, der für die Grunderregung, die Einigkeit und ausreichende Menge an Menschen draußen auf den Plätzen und Straßen sorgte.

Der Siegeszug der sich selbst feiernden Massen hatte überraschend wenig von Nationalismus und Fanatismus. Das hätte man eigentlich nach dem 11.9. befürchten können. Ein wenig von dieser Stimmung ist lediglich in den Spielen mit der US-Mannschaft aufgetreten, die allerdings, wohl für den Weltfrieden heilsam, doch bald ausgeschieden ist. Hätte die militärische Supermacht auch im Fußball triumphiert, wäre womöglich die Kommunion, das Pfingstfest der Fans, umgekippt. So aber konnten, trotz in Europa und Amerika ungünstiger Zeitbedingungen, die Massen sich um die Großleinwände versammeln und dadurch auch anwachsen. Dieses Mal geistert die Warnung vor Hooligans herum, die vornehmlich, da die Stadien mit den personalisierten Eintrittskarten und den vielen VIPs weitgehend gesichert sind, die Orte des sogenannten „Public Viewing“ aufsuchen könnten. Hier, so wird auch gewarnt, könnten neben Gewalttätigkeiten theoretisch auch Terroranschläge stattfinden. Hinweise dafür gibt es allerdings keine. Spannend könnte werden, wenn der iranische Präsident Mahmud Ahmadinedschad nach Deutschland kommen will, um beim Erreichen des Achtelfinales einem Spiel seiner Mannschaft zuzuschauen. Zu dem wohl einzig politisch brisanten Spiel zwischen Iran und den USA dürfte es allerdings nicht kommen.

„Public Viewing“ dürfte dieses Jahr einen Höhepunkt erreichen, zumindest wenn das Wetter bei den im Freien befindlichen Großbildschirmen mitspielt. Dann wird sich wieder bemerken

lassen, wie die Medien die Massen „massieren“ und in ähnliche Schwingungen versetzen, also Konformität erzeugen können (Die globale Massage oder das Geheimnis der Lady Di(1)). Das geschieht auch dann, wenn die Menschen alleine vor ihren Bildschirmen sitzen, aber doch viel stärker, wenn sie in der Masse eine gemeinsame Wahrnehmung machen und sich als Kollektiv spüren. Erst seit es Rundfunk, vor allem aber Fernsehen gibt, kann auch so etwas wie eine globale Gleichzeitigkeit entstehen, eine globale Öffentlichkeit, ein globales Ereignis, das die Menschen auf der ganzen Welt „massiert“ und in emotionale Schwingungen versetzt – man muss dabei nicht gleich an ein globales Bewusstsein(2) denken, dessen Erregungspotenziale sich bei globalen Ereignissen wie dem 11.9. auch messen ließe (Stochern im Datenbrei(3)). Doch war Fernsehen lange Zeit verbannt in Räume. Und wegen der kleinen Bildschirme war zudem die Menge der Zuschauer beschränkt. Die Teilnahme an der Welt war so beschränkt auf mehr oder weniger zurückgezogene Höhlenbewohner. Daher prägte McLuhan auch das Bild vom globalen Dorf, das durch die elektronischen Medien wieder entsteht, oder er suchte den Fernseher als das moderne Feuer zu charakterisieren, um das sich die Familie versammelt.

Mit den Großleinwänden, auf denen man die Bilder auch am Tag gut sehen kann, hat sich die Situation freilich grundlegend verändert. Das Fernsehen bringt jetzt nicht mehr die Welt in die abgeschlossenen Räume, sondern es wandert aus diesen aus auf die öffentlichen Plätze der Städte, die sich nun plötzlich wieder als Dampfkessel sozialer Erregungen im Kontext der globalen Medienöffentlichkeiten erweisen. Nur in Städten kommt die kritische Zahl an Menschen zustande, die eine Masse bilden. Sie besteht im Unterschied zu Dorföffentlichkeiten aus Individuen und Kleingruppen, die sich nicht kennen. Anonymität ist ein Kennzeichen urbaner Massen, das auch den Medienöffentlichkeiten eigen ist. Allerdings können erregte Massen in Panik verfallen, aber auch gefährliche und aggressive Meuten wie Blasen aus kochendem Wasser entstehen lassen.

Das Medium lässt die Masse in Wechselwirkung mit sich selbst treten

Vor allem aber hat die letzte Weltmeisterschaft wohl zum ersten Mal gezeigt, dass auch Medienereignisse, die nur auf den Bildschirmen für die Zuschauer stattfinden, attraktiv und massenbildend sein können – und natürlich dann am stärksten wirken, wenn die Massen sich selbst in Echtzeit auf dem Bildschirm sehen. Mit den in den öffentlichen Raum wandernden Massenmedien kehrt nun auch ein Phänomen wieder, das es zu Beginn des Fernsehens unter den Bedingungen der Knappheit an Optionen gegeben hatte. Doch damals hatte ein Großteil der Nation dasselbe Ereignis oder denselben Film jeweils in Privaträumen gesehen: ein gemeinsames Erlebnis einer zerstreuten Öffentlichkeit mit kleinen Gruppenbildungen. Mit den Großleinwänden wird eine kompakte Öffentlichkeit geschaffen, in der erstmalig die Masse der Zuschauer vor Ort mit der Masse der Zuschauer auf der ganzen Welt verschmelzen kann. Nun kann die Welt als zerstreute Öffentlichkeit, aber formiert in lokale Massen, einem Ereignis zusehen.

In vielen deutschen Städten werden nun – keineswegs nur aus dem Grund, weil normale Bürger kaum zu Karten kommen konnten – in den Städten temporäre Orte eingerichtet, in denen sich die Massen organisiert um Großbildschirme versammeln können. Das können Hallen sein, aber auch Plätze und Straßen, die über die Medien für die Menschen wieder zurückerobert oder, anders betrachtet, in Medienplattformen umgewandelt werden. Wesentlich mehr Menschen als in den Stadien werden so die Spiele in Echtzeit live, aber raumversetzt und auf dem Bildschirm, eingetaucht in eine Masse, miterleben. Und Massenerlebnisse werden schon im Vorfeld wie in Berlin beim „Karneval der Kulturen“, beim Fest auf der „Fan-Meile“ oder bei der Dia-Show „Sky Arena“ in Frankfurt, wo sich immerhin eine halbe Million Menschen versammelten, um Nachts das technische Hokuspokus zu bestaunen, als mit dem Fußball verbundene Bilder auf die Hochhäuser projiziert wurden.

Wie in Berlin vor dem Bundestag werden Stadien in Form einer Attrappe nachgebaut oder simuliert, einschließlich VIP-Bereich, allerdings nur für 9.000 Zuschauer. Zudem gibt es die „Fan-Meile“ mit Großbildwänden auf der Straße des 17. Juni zwischen Brandenburger Tor und Siegessäule. In München erwartet man beispielsweise täglich bis zu 35.000 Zuschauer

im Olympiapark, wo der Großbildschirm auf einer Bühne im See aufgebaut wird. In Frankfurt wird der Großbildschirm im Main aufgebaut, Zuschauer können auf Tribünen auf beiden Seiten das Geschehen in den Stadien verfolgen. Auch an einzelnen Orten würde man sich hinsichtlich der Stimmung der Größenordnung nähern, die auch in den Stadien für die entsprechende Erregungskulisse sorgt – sofern außermediale Bedingungen wie das Wetter und in Deutschland natürlich der Erfolg der deutschen Fußballmannschaft mitspielen.

Es mag zwar so erscheinen, als ob diese vielen dezentralen Massenbildungen nur sekundäre oder parasitäre Ereignisse zum primären Originalereignis sind, also dem Fußballspiel in dem Stadion, in dem die Aufzeichnung gemacht wird, die in Echtzeit auch auf den Bildwänden projiziert wird. Natürlich mag auch die Erregungsqualität in den Stadien, diesen Hexenkesseln der Gefühle und der Massenbildung, schon allein durch ihre geschlossene und verdichtende Architektur intensiver sein. Aber mit der Echtzeit, in der man Ereignissen beiwohnt, die vielfach an Orten gespiegelt werden und den Unterschied zwischen dem individuellen Konsum in geschlossenen Räumen und dem Massenspektakel in der Öffentlichkeit verschwimmen lassen, durchdringen sich soziale Wirklichkeit und Medien auf ganze neue Weise. Das Ereignis tritt zurück und macht der Feier der Masse selbst Platz, die von den Medien geschaffen wird.

Links

- (1) <http://www.heise.de/tp/r4/artikel/2/2238/1.html>
- (2) <http://noosphere.princeton.edu/>
- (3) <http://www.heise.de/tp/r4/artikel/18/18193/1.html>

Quelle

Rötzer, Florian (2006): Mediale Massage. <http://www.heise.de/tp/r4/artikel/22/22842/1.html>
Die Veröffentlichung erfolgt mit freundlicher Genehmigung des Autors.

weitere Informationen

GEMA Tariffinformationen: Sondertarif der GEMA Fußball EM 2016
http://www.gemazahler.de/uploads/media/Fussball_EM_2016_GEMA_Sondertarif.pdf

Bundesrat / Verordnung der Bundesregierung 2016: Verordnung über den Lärmschutz bei öffentlichen Fernsehdarbietungen im Freien über die Fußball-EM 2016.

148/16 Grunddrucksache. Download unter:

<http://www.bundesrat.de/SharedDocs/drucksachen/2016/0101-0200/148-16.html>

Übersicht zum EM 2016 Public Viewing:

<http://www.fussball-em-2016.com/fussball-em-2016-public-viewing/>