

Pathologien des Sehens

Eine Affekt- und Mediengeschichte der Schaulust

Agnes Hoffmann

Abstract

Schaulust ist ein ambivalenter Affekt. Sie umfasst soziale Anteilnahme, Begeisterung und Anerkennung, ebenso wie grenzverletzenden Voyeurismus und Beschämung. Lange vor der digitalen Mediengesellschaft wird visuellen Leitmedien (u.a. dem Theater, illustrierten Journalen, Kino und TV) unterstellt, ein pathologisch deformiertes schaulustiges Sehen hervorzubringen, das gegen gesellschaftliche Normen und Geschmacksgrenzen verstößt oder sie bedroht. Der Beitrag rekonstruiert ausgehend hiervon die historische Kontinuität einer Auseinandersetzung mit den invektiven Potenzialen des Sehens und ihren medialen Bedingungen und diskutiert den Verdacht gegen die Schaulust als Teil einer normativen und ästhetischen »Aufteilung des Sinnlichen« (Rancière) in der modernen und spätmodernen Mediengesellschaft.

Eine der berühmtesten Parabeln über die Schaulust, Alfred Hitchcocks Film *Rear Window* (1954), kreist um die Frage der sozialen Natur des Sehens.¹ Seine Hauptfigur L. B. »Jeff« Jeffries (James Steward) ist ein Fotojournalist, der infolge eines Unfalls kurzzeitig im Rollstuhl sitzt und sich die Tage mit dem obsessiven Beobachten seines Hinterhofs und der Nachbarwohnungen vertreibt. Die Grenzen zwischen visueller Anteilnahme, voyeuristischem Eindringen in fremde Privatsphären und rechtswirksamer Zeugenschaft sind dabei fließend: Von seinem Platz am Fenster aus gerät Jeff in den Sog tatsächlicher und imaginierter Ereignisse innerhalb des sozialen Mikrokosmos, in seinem Blickfeld, zu denen u.a. ein mutmaßlicher Mordfall in einer Wohnung vis-à-vis gehört. Im Verlauf des Films werden sämtliche Personen aus seinem unmittelbaren Umfeld (seine Partnerin, eine Pflegekraft und ein befreundeter Kriminalkommissar) zu Kompliz:innen seiner Obsession. Am Ende führt ihre Neugier zur Aufdeckung des Mordverbrechens, wobei bis fast zuletzt unklar bleibt, ob der gehegte Verdacht nicht in erster Linie der blühenden Fantasie und Sensationslust der Beteiligten entsprungen ist. So wundert es nicht, dass

1 Die intensive Reflexion über das Sehen hat den Film zu einem der meisttheoretisierten Werke der Filmgeschichte gemacht. Im Zusammenhang der folgenden Überlegungen wurden insbesondere berücksichtigt Mulvey 1975; Žižek 2010; Han 2016; Belton 2010; Pippin 2020.

bei allen Figuren von Beginn an ein Unbehagen gegenüber der eigenen Neugier am Leben anderer Leute dominiert. »We have become a race of Peeping-Toms!« kommentiert die resolute Krankenpflegerin Stella (Thelma Ritter) in einer Szene zu Beginn des Films mit einer Mischung aus Entrüstung und Faszination, als ihr Patient vor ihren Augen zu einem Teleobjektiv greift, um seine Sicht auf die gegenüberliegende Wohnung zu optimieren – eine Unterstellung, der sich auch das Publikum vor der Leinwand nicht völlig entziehen kann, das schließlich aus zweiter Hand genussvoll an den Fernglas-Streifzügen der Hauptfigur und den sich daraus entwickelnden Geschehnissen teilhat.

Die Fragen, die der Film aufwirft, sind auch im 21. Jahrhundert noch unbequem. Wieviel soziale Anteilnahme, wieviel hedonistische Lust am Spektakel steckt im schaulustigen Interesse an unserer Mitwelt? Wie beeinflussen visuelle Medien unsere sozialen Interaktionen? Wo wird aus Zuschauen ein Akt der Zeugenschaft, wo bedeutet es Beschämung, Grenzverletzung und Gewalt? Überlegungen, die gerade gegenwärtig geboten scheinen – angesichts der skopophilen Matrix, die in digitalen Netzwerken vielen Formen gesellschaftlicher Teilhabe unterliegt,² und mit Blick auf kontinuierlich steigende Zahlen von straffälliger Gafferei, Stalking, medial zirkulierenden Gewaltbildern und nichtkonsensueller Pornografie. Die Janusköpfigkeit der Schaulust, die im Zentrum von *Rear Window* steht, bestimmt auch die folgenden Überlegungen: Mein Beitrag interessiert sich für das Unbehagen, das den Affekt von der Antike bis in unser digitales Medienzeitalter begleitet.³ Denn die Auseinandersetzung mit den Exzessen und ethischen Grenzüberschreitungen der Schaulust hat einen festen Platz im kulturellen Imaginären; sie ist insbesondere aus dem Selbstverständnis moderner und spätmoderner Mediengesellschaften nicht wegzudenken – wobei der Affekt stets dem Verdacht unterliegt, deren Geschmacksgrenzen, Tabus und Verhaltensnormen zu verletzen. Dieser Verdacht, seine mediengeschichtlichen Bedingungen und normativen Rahmungen stehen im Fokus meines Beitrags. Das Potenzial zum gesellschaftlichen Regelverstoß, das man der Schaulust attestiert, wurde von der Spätaufklärung bis in die digitale Mediengesellschaft immer wieder auf Gebrauch und Wirkung visueller Medien zurückgeführt. Jahrhunderte vor dem Aufkommen einer digitalen Medienkultur und der skopophilen Exzesse, die sie begleiten, wird im Diskurs über die Schaulust damit die Vorstellung eines invektiven, Mitmenschen und Normen des Zusammenlebens herabwürdigenden Sehens greifbar, das medial hervorgebracht oder zumindest geformt wird. Verdächtig werden in diesem Zusammenhang nicht nur die beteiligten Medien, sondern auch der Affekt selbst wird abgewertet, indem er

2 Zu Skopophilie als zentralem Faktor von (para-)sozialer Interaktion via Social Media, vgl. Mateus 2012; Nymoen/Schmitt 2021. Allgemein zur visuellen Begehrensökonomie, vgl. Harcourt 2015: 105-184; Franck 2007.

3 Einen Abriss über die Kulturgeschichte der Schaulust gibt Stadler 2005: bes. 14-23.

als Symptom mangelnder Bildung, roher Instinkte und übermäßiger ästhetischer Verführbarkeit gilt. Parallel zum Aufkommen visueller Massenmedien im 19. Jahrhundert sehen Feuilletons, Literatur und Druckgrafik in der Schaulust beispielsweise den Ausweis einer stupiden, leicht erreg- und manipulierbaren Affektivität der Masse; in Frankreich bildet sich in diesem Zusammenhang um die Jahrhundertmitte sogar ein eigener urbaner Sozialtypus heraus, der schaulustige *badaud*, der sein Pendant in stereotypen Charakterisierungen von *gawkers*, *idlers*, *Gaffern* oder *oziosi* in anderen europäischen Ländern hat (Piechnik 2017). »Le badaud est là, qui regarde stupidement toutes choses, qui s'arrête sans choix devant le premier morceau de plâtre, décoré du nom de statuette ou de charge« (Hart 1841: 95)⁴ heißt es z.B. 1841 in Louis Harts *Physiologie du flâneur* – auf die Schaulustigen fällt der grundsätzliche Verdacht der Verführbarkeit und des naiven Konsums der sie umgebenden Bildspektakel. Und auch wenn in heutigen Medientheorien die über lange Zeit dominierende Vorstellung eines passiven, manipulierbaren Publikums jener einer aktiven, partizipativen Mediennutzung durch die Prosumer:innen des Web 2.0 off. gewichen ist,⁵ klingt es in gegenwärtiger Kultur- und Medienkritik teilweise nicht unähnlich, wenn die »aufmerksame Verblödung« (Seibt 2007) durch visuelle Medien oder das »puerile Begehren« (Ibrahim 2019: 19)⁶ nach der skopischen Teilhabe am Leben anderer beschrieben werden.⁷

Die folgenden Überlegungen adressieren die Topik und überhistorische Kontinuität dieses Ressentiments, das zunächst am Beispiel digitaler Schaulust und ihren medientheoretischen Rahmungen herausgearbeitet wird, um anschließend unter Bezug auf die Medienskepsis des späten 18. und 19. Jahrhunderts und den bereits erwähnten Sozialtypus des *badaud* seine historischen Tiefenschichten auszuloten. Das fortdauernde Unbehagen an der Schaulust und ihre damit einhergehende Abwertung sind – so die Vermutung – kein Zufall: Unter Bezug auf Jacques Rancière lässt sich darin das Symptom einer teilweise bis heute wirksamen epistemischen *Aufteilung des Sinnlichen* (2008; 2002) in der bürgerlichen Mediengesellschaft des 19. Jahrhunderts vermuten, die den Affekt als Gegenfigur eines souveränen, handlungsmächtigen und medieninduzierten Verführungen trotztenden Sehens konturiert hat. Schaulust wird aus dieser Perspektive greifbar als Perversion (im Sinne von lat. *pervertere* = Umkehrung) normativer Ordnungen: Verdächtig wird sie jeweils dort, wo Sozialdistanzen kollabieren, das Intime oder Tabuisierte

4 »Der Badaud ist jemand, der dümmlich alles anschaut, der wahllos vor dem erstbesten Stück Gips stehenbleibt, egal ob darauf der Name einer Statuette steht oder eine Gewichtsangabe.« (Übersetzung der Verf.)

5 Für einen Überblick über den medientheoretischen Topos des passiven Publikums, vgl. Carpentier 2011: 191–194.

6 Vgl. als Beispiele für medientheoretische Studien, die auf den passiven und/oder voyeuristischen Charakter digitaler Medien fokussieren, Calvert 2004, bes. 1–18; Han 2016: 7f, 36f.

7 Für weitere Beispiele aus aktuellen Medienberichten, vgl. Hoffmann 2020: 183f.

in die Sichtbarkeit gedrängt wird, oder wo hegemoniale Bestimmungen darüber, wer sehen darf und wie gesehen werden soll, in Frage stehen.

Kollaps der Sehdistanz

Schaulust hat verschiedene Gesichter; sie entzündet sich an Gegenständen, auf die sie sich richtet und wirkt als Sozialverhalten zugleich auf diese zurück; sie ist verankert in sozialen Konventionen und Tabus und verstrickt in Dynamiken des Begehens, der Imagination und der Macht. »[T]here is no such thing as just looking« schreibt der Bildtheoretiker James Elkins passend dazu in seiner Studie über die Natur des Sehens: »Looking immediately activates desire, possession, violence, displeasure, pain, force, ambition, power, obligation, gratitude, longing [...]« (Elkins 1996: 45). Dies gilt erst recht für den Affekt der Schaulust, der – von der Endsilbe »-lust« her verstanden – im Vergleich zu anderen Arten des Sehens von vornherein ein relativ hohes Erregungspotenzial voraussetzt, wie u.a. psychoanalytische Deutungen der Skopophilie hervorgehoben haben.⁸

Gegenwärtig lassen sich viele Extremzustände dieser Erregung beobachten. In den letzten Jahren hat z.B. die Zahl aggressiver Schau-Akte international massiv zugenommen; sei es im öffentlichen und halböffentlichen Raum (etwa die Gafferei an Unfallorten [vgl. Anderson/Sundin 2021] oder makabre ›Trends‹ wie Upskirting bzw. Downblousing [vgl. McGlynn/Rackley/Houghton 2017]) oder im Privaten (vgl. die besorgniserregend zunehmenden Zahlen von Off- und Online-Stalking,⁹ die während der Pandemie-Zeit noch gestiegen sein dürften,¹⁰ und die anhaltende Konjunktur von Tausenden von Medienplattformen, auf denen unautorisierte Nacktbilder oder -videos verbreitet werden [Uhl et al. 2018]). In vielen anderen Fällen sind die Grenzen zwischen sozialer Anteilnahme und Voyeurismus oder Sensationsgier fließend; die neugierige Partizipation an den Instagram-Feeds anderer

8 Sigmund Freud hat den Affekt in mehreren Texten prominent als Ausdruck von Störungen im Triebapparat, insbesondere dem Verdrängen frühkindlicher Kastrationsängste erklärt und einen Zusammenhang von Schau- und Zeigelust (Exhibitionismus) hergestellt. Ein anderer einflussreicher psychoanalytischer Ansatz stammt von Otto Fenichel, der in den 1930er Jahren die Identifikationsdynamiken der Schaulust als ›Einverleibung‹ beschrieb. Zu beiden vgl. Krynych 2011.

9 Aktuelle Statistiken des Pew Research Center zufolge haben 2020 11 % der befragten Erwachsenen Formen des Online-Stalkings erlebt, 2014 waren es noch 7 %. Quelle: The State of Online Harassment. Pew Research Center, 13.01.2021. <https://www.pewresearch.org/internet/2021/01/13/the-state-of-online-harassment> [letzter Zugriff 15.05.2021].

10 Bislang fehlen entsprechende Daten, aber die vorhandenen Indizien sprechen Bände; allein in den UK hat die Meldung von Stalking-Vorfällen bei der nationalen Hilfsstelle Paladin während des Lockdowns z.B. um 50-70 % zugenommen (vgl. Bracewell/Hargreaves/Stanley 2020).

Leute ist nicht immer unterscheidbar vom Gefallen am (virtuellen) Eindringen in ihre Privatsphäre, der Wunsch nach Informationsgewinn untrennbar von Sensationslust und ›Katastrophenporno‹, etwa im Fall von Krisen- und Gewaltbildern.¹¹ Der Umschlag ins Exzessive oder Pathologische, der traditionell mit der Schaulust assoziiert wird, fällt unter den Bedingungen einer digitalen Medienkultur besonders deutlich ins Auge: Der Verdacht liegt nah, dass soziale Netzwerke und Nachrichtenkanäle bzw. die Illusion von Unmittelbarkeit und permanenter Teilhabe, die sie mit ihren Bilderströmen erzeugen, an der Formation eines respekt- und distanzlosen Schauverhaltens auf irgend eine Weise beteiligt sind – und das nicht nur dort, wo sie die konkrete Bedingung straffälliger Akte bilden.¹²

Zu den Grundmustern der geschilderten Exzesse gehört jeweils die Missachtung und gewaltsame Überschreitung ex- oder impliziter Abstandsregeln im gesellschaftlichen Zusammenleben – in Fällen von Stalking, nichtkonsensuellen Bildaufnahmen und ihrer Verbreitung etc. werden Grenzziehungen, die Privatleben und Intimsphäre in vielen Kulturen vor der ungewollten Intervention anderer schützen, buchstäblich schamlos verletzt. In einem medienphilosophischen Essay beschreibt Byun-Chul Han genau diesen Kollaps sozialer Distanzen als ein zentrales Merkmal des öffentlichen Lebens in der digitalen Mediengesellschaft: Diese fördere »ein voyeuristisches Hinsehen, dem die distanzierte Rücksicht (*respectare*) fehlt« (Han 2016: 7) – eine Kultur der Schamlosigkeit, die sich im »ikonisch-pornographische[n] Zwang« (ebd.: 9) der permanenten Selbstaussstellung in sozialen Netzwerken spiegelt. Für Han stellt dies das Gegenteil einer funktionierenden Öffentlichkeit dar, die »ein respektgeleitetes Wegsehen vom Privaten voraus[setzt]« (ebd.: 8) und deren gegenwärtigen »Verfall« (ebd.: 7) er diagnostiziert. Das Argument des überwiegend thetischen und eher schlagwortartigen Essays mag reichlich grob geschnitten sein; z.B. ermöglichen digitale Netzwerke neben einer »respektlosen« Bedürfnisbefriedigung, wie Han sie herausstellt, ja auch vielfältige andere Formen sozialer Teilhabe und Vernetzung; nicht selten verlässlicher als die analoge Welt, wie sich gerade während der Corona-Pandemie beobachten ließ, und oftmals auch inklusiver, etwa im Hinblick auf transnationale und intersektionale Formen von

11 Diese Problematik wird seit Beginn der Smartphone-Ära in mediensoziologischen Studien viel diskutiert; zu einer Rekonstruktion zentraler Kontroversen um medienvermittelte Augenzeugenschaft vgl. Ong 2014. Einen wichtigen bildwissenschaftlichen Beitrag zur ethischen und politischen Dimensionen des Umgangs mit Gewaltbildern unter Bedingungen ihrer digitalen Zirkulation hat zuletzt Linda Hentschel eingebracht, die philosophische Überlegungen zur Ethik der Zeugenschaft und des Mitleids (bei Butler, Derrida und Levinas) in ihre Diskussion medialer, politischer und wissenschaftlich-theoretischer Deutungskämpfe um Verbreitung und Interpretation v.a. von Folter- und Bestrafungsdarstellungen einschließt (vgl. Hentschel 2020).

12 Z.B. häufen sich inzwischen Fälle, wo Stalker:innen sich über Social-Media-Profile Daten über Aufenthaltsorte, Gewohnheiten etc. ihrer Opfer beschaffen (vgl. Chandler 2019).

Augenzeugenschaft und Solidarisierung, die im Rahmen sozialer und politischer Krisen gegenwärtig eine starke Rolle spielen.¹³ Mit der Verdammung der Gegenwart als Zeitalter einer zwanghaften öffentlichen Zurschaustellung des Privaten und der Sehnsucht nach einer Kultur der Distanz, die Privatsphäre und Intimität schütze, steht Hans Position in der Tradition kulturkritischer Positionen von der Frankfurter Schule über Richard Sennett bis Wolfgang Ifiger, die einen »Verfall des öffentlichen Lebens« (Sennett 1977) durch eine »zusehende« (Han) Ausstellung des Privaten und Intimen in der öffentlichen Sphäre konstatieren. Die kulturhistorische Studie von Hannelore Bublitx fasst die Richtung dieser klassischen Positionen und die »moralische Fallhöhe« zusammen, welche die jüngeren unter ihnen aus der medialen Selbstentäußerung des Privaten im Web 2.0 ableiten:

Beklagt wird, dass die Privatsphäre, die einst als ›heilig‹ galt – wobei dieses ›einst‹ historisch in der bürgerlichen Gesellschaft anzusiedeln wäre – nun einer anonymen Öffentlichkeit zugänglich gemacht wird, indem die intimsten Dinge ›ins Netz‹ gestellt werden (Bublitx 2010: 17).

Hans Argument, die digitale Bildkultur sozialer Netzwerke sei für den Kollaps einer vormaligen Distanz des Öffentlichen und Privaten verantwortlich, offenbart damit seine moralisierenden und konservativen Neigungen. Doch davon abgesehen ist nicht von der Hand zu weisen, dass das *Social Web* einer Verzerrung von Nähe-/Distanzverhältnissen Vorschub leistet – etwa dort, wo es die Vorstellung einer unmittelbaren Teilhabe am Leben anderer bis in die letzten Winkel ihrer Kosmetikschränke, Einkaufstaschen oder Wahlkabinen nährt, und mit ihr die Illusion einer totalen Verfügbarkeit des räumlich oder sozial noch so Fernen auf den Screens der eigenen Endgeräte. Hans moralisierende Forderung eines »Wegsehen[s] vom Privaten« in der heutigen Öffentlichkeit liefert allerdings keine Antwort auf solche Verschiebungen in hergebrachten Koordinatensystemen sozialer Beziehungen. Der Schutz von Persönlichkeitsrechten kann im Gegenteil ja auch gerade das besonders genaue ›Hinsehen‹ von unbeteiligten Zuschauer:innen erfordern – aktuell erweist sich dies z.B. im Kontext zivilgesellschaftlicher Protest- und Antidiskriminierungsbewegungen (wie #MeToo, #BlackLivesMatter, der durch repressive Medienzensur gedrosselten Proteste in Myanmar u.a.m.), in dem ›active bystandings‹, über soziale Netzwerke erzeugte Sichtbarkeit im Allgemeinen und vermittelte Augenzeugenschaft durch Smartphonekameras im Besonderen bei sozialen und politischen Übergriffen eine immense Bedeutung zukommt. Während sich die Schaulust mit Blick auf Elkins einerseits als ein intrinsisch motivierter Affekt beschreiben

13 Gemeint ist die gegenwärtige Bedeutung sozialer Netzwerke für zivilgesellschaftliche Solidarisierung, Empowerment und Mobilisierung etwa im Rahmen von #BlackLivesMatter, #MeToo, #aufschrei, #FridaysForFuture oder lokalen Protestkampagnen (wie #RhodeMustFall, #SaveMyanmar u.a.).

lässt, dessen Erregung auf individuelles Begehren und Intentionen verschiedenster Art zurückgeht, gehört zu ihrem Verständnis andererseits also entscheidend, ihre Rolle in sozialem – oder unsozialem – Verhalten von Fall zu Fall differenziert, d.h. im Rahmen gesellschaftlicher Verhältnisse und Konventionen zu berücksichtigen. Der Generalverdacht, dass Medien nicht nur das Sehen formatieren, sondern über diese Formatierung zugleich das Sozialverhalten beeinflussen, ja die etablierten Regeln des gesellschaftlichen Zusammenlebens empfindlich stören und destabilisieren, zieht sich währenddessen wie ein roter Faden durch die Geschichte der Schaulust, wie im Folgenden gezeigt werden soll.

Historische Pathologie

Es ist bemerkenswert, dass die moralisch problematischen Facetten des Affekts diskursgeschichtlich betrachtet immer genau dann ins Zentrum der Aufmerksamkeit rücken, wenn neue visuelle Leitmedien aufkommen. Hitchcocks filmisches Interesse lässt sich beispielsweise vor dem historischen Hintergrund der McCarthy-Ära verstehen, deren antikommunistische Paranoia den Mythos vom ›Feind im Inneren‹ schürte und ein soziales Klima hervorbrachte, in dem Denunziantentum und Verschwörungstheorien florierten – und die zugleich eine Zeit des wachsenden Konsums von Massenmedien war, insbesondere des Fernsehens, mit dem eine Welt der Nachrichtensendungen, Sitcoms, Reportagen, Quizshows und Produktwerbung in die Privathaushalte einzog. Eine Entwicklung, auf die der Film offensichtlich anspielt, wenn er den Fotojournalisten beim ›Fern-Sehen‹ im eigenen Hinterhof zeigt und sein persönliches Umfeld und das Filmpublikum zu skophiler Komplizenschaft verführt. Hitchcocks Anamnese der Schaulust stellt ihre Janusköpfigkeit in den Vordergrund: Der Film zeigt einerseits das fragwürdige voyeuristische Eindringen in die Privatsphäre anderer, inklusive der damit einhergehenden falschen Verdächtigungen, Beschämungen sowie die parallele Entfremdung von realen Sozialbeziehungen, die aus der phantasmatischen Fixierung der Hauptfigur auf das Leben anderer Leute resultiert,¹⁴ und macht andererseits die sinnlich-intellektuelle Anregung erfahrbar, die (für Protagonist:innen und Filmpublikum) von der schaulustigen Neugier ausgeht, und weist dem Affekt als Grundlage eines professionellen journalistischen und kriminologischen Habitus am Ende sogar eine gesellschaftlich sinnvolle Funktion zu.¹⁵ Mit dieser Herausstellung praktischer

14 Im Film bemüht sich seine Partnerin (Grace Kelly) in vielen Szenen erfolglos um seine Aufmerksamkeit, die von den diversen Schicksalen in den umgebenden Wohnungen gefesselt ist.

15 Damit unterscheidet sich die Schilderung der Schaulust in *Rear Window* kategorisch von dem 1959 erschienenen Thriller *Peeping Tom* von Michael Powells, in dem der Voyeurismus eines

Funktionen der Schaulust und ihrer aktiven Rolle in der Hervorbringung von Meinungen und Perspektiven unterscheidet sich *Rear Window* von einigen prominenten zeitgenössischen Positionen. Zwar wurden zeitgleich auch in der Soziologie und Medientheorie dies- und jenseits des Atlantiks verstärkt die sozialen, individual-psychologischen und gesamtgesellschaftlichen Aspekte des Medienkonsums in den Blick genommen.¹⁶ In vielen dieser Studien überwog allerdings die Vorstellung einer Manipulation des schaulustigen Publikums durch die Massenmedien: Die Idee von Zuschauer:innen, die passiv vor Kinoleinwand und Bildschirm sitzen, weil die Film- und Unterhaltungsindustrie die Entwicklung einer selbsttätigen, kritischen Geisteshaltung unterbindet, wird in einflussreichen Schriften der Zeit als Bedrohung einer mündigen gesellschaftlichen Teilhabe und entsprechend als vordringliche Aufgabe zeitgemäßer Bildungs- und Aufklärungsprogramme ausgemalt.¹⁷

Kulturhistorisch lassen sich diese Skrupel, die das sogenannte Goldene Zeitalter des Fernsehens begleiteten, noch wesentlich weiter zurückverfolgen. Bedenken über die skopische Attraktion des Publikums und seine Neigung zu passiver Gafferei begleiteten z.B. die Entwicklung des Theaters zum Leitmedium bis und um 1800, in deren Zusammenhang die »üppige Augenlust« (Goeze 1770: 40, 172, 173; Hoffmann 2020: 190f.) von vielen Zeitgenoss:innen als drohender Sittenverfall wahrgenommen wurde. Wie Rancière beschreibt, bildet sich in diesem Zeitraum ein nachhaltiges Vorurteil gegenüber dem Theater heraus: Ihm wird nachgesagt, dass es seine Zuschauer:innen »unbeweglich und passiv« (Rancière 2009: 12) auf ihre Sitze fesselt, wo sie angesichts einer Illusion auf der Bühne »zugleich von der Fähigkeit zur Erkenntnis und von der zur Handlung getrennt [sind]« (ebd.: 12). Vergleichbare Argumente begleiten um die Mitte des 19. Jahrhunderts auch das Aufkommen der illustrierten Massenpresse, deren Einsatz von Reproduktionsgrafiken und Fotodrucken den Argwohn auslöste, sie würden einen schaulustigen, naiven Publikumsgeschmack nähren und letztlich zu einer Verdummung der Leser:innen führen.¹⁸ Und auch im frühen 20. Jahrhundert wird in den Auseinandersetzungen

Kameramanns durch die Ereignisse des Films als krankhaftes Verhalten pathologisiert und kriminalisiert wird.

- 16 Exemplarische mediensoziologische und -psychologische Analysen im selben Zeitraum etwa bei Lang/Lang 1953, Katz/Lazarfeld 1955, Hoggart 1957. Sowie diverse Studien aus dem Umfeld der Frankfurter Schule; neben den Analysen der Kulturindustrie in der *Dialektik der Aufklärung* [1944] z.B. auch diverse Arbeiten Adornos zum Fernsehen.
- 17 Vgl. das entsprechende Kapitel »Kulturindustrie – Aufklärung und Massenbetrug« in: Horkheimer/Adorno 2006: 128-176. Ähnlich argumentiert Riesmans einflussreiche Gegenwartsanalyse *The Lonely Crowd* (1950), die den Glamour der Massenmedien in direkten Zusammenhang mit politischer Apathie und ideologischer Reproduktivität bringt: »[W]herever we see glamour in the object of attention, we must suspect a basic apathy in the spectator« (Riesman/Glaser/Denney 2001: 191).
- 18 Vgl. die Ausführungen von Karl Gutzkow, der als Herausgeber der *Unterhaltungen am häuslichen Herd* um 1860 die Wandlung des zeitgenössischen Publikumsgeschmacks während des

um den frühen Film und seine demagogischen oder auch therapeutischen Potenziale erneut die Schaulust des Publikums zusammen mit dem unklaren Einfluss des neuen visuellen Mediums auf Bewusstsein und Handlungsfähigkeit im Zentrum stehen (vgl. Hart 1913).¹⁹

Obwohl sich Medienformen und -gebräuche über die Jahrhunderte beträchtlich fortentwickeln, gibt es also eine unübersehbare Kontinuität in der latenten Furcht vor den Formatierungen des Sehens, die mit ihnen assoziiert wurden. Suspekt wird Schaulust in allen Fällen deshalb, weil ihr eine übermäßige Fixierung auf ihre Gegenstände unterstellt wird. Das schaulustige Sehen wird, so der jahrhundertealte Verdacht, durch das gebannt, worauf es sich richtet; es haftet an visuellen Oberflächen oder dem Reiz des Spektakels und verliert gewissermaßen jede vernünftige Distanz zum Gesehenen, erst recht die Fähigkeit zu moralischem Urteilen oder Erkenntniskritik. Eine besondere Rolle spielt dabei, wie die genannten Beispiele zeigen, die Vorstellung einer gehemmten Handlungsfähigkeit bzw. der Verschiebung einer aktiv und kritisch auf die gesellschaftliche Mitwelt gerichteten (und in dieser Weise handlungsleitenden) Aufmerksamkeit hin zur bloß passiven Konsumhaltung, welche die Spektakel der Theaterbühnen, die Bildillustrationen der Massenpresse, die Kinoleinwände oder auch die Streifzüge in den Bildwelten digitaler Netzwerke gleichermaßen hervorzubringen scheinen. Auch wenn dies nicht immer negativ gesehen wurde – etwa wenn der Hingebung an das Spektakel des Kinos in der Weimarer Republik ein therapeutischer Effekt bei der Behandlung von Kriegstraumata zugeschrieben wurde –, ist festzuhalten, dass sich hier das Arbeiten einer Ideologie beobachten lässt, derzufolge Schaulust selbst als die Unfähigkeit zu sozialem Handeln, oder als seine Pathologie, bestimmt wird. Ihre kulturelle Abwertung kann insofern dort, wo sie über die Beurteilung von Einzelfällen z.B. strafbaren Schauerhaltens oder tatsächlich skophiler Sucht hinaus geht, als diskursiver (und invektiver) Exklusionsmechanismus verstanden werden. Wie einleitend bemerkt hat Jacques Rancière derartige Mechanismen in verschiedenen Texten als eine *Aufteilung des Sinnlichen* beschrieben, die in Gesellschaften die Teilhabe am Gemeinwesen mitreguliert:

Der Staatsbürger, sagt Aristoteles, ist derjenige, der am Regieren und Regiertwerden teilhat. Doch dieser Teilhabe geht eine andere Form von Aufteilung voraus,

Aufkommens der illustrierten Massenpresse beschrieb: »Die Mehrzahl [von Blättern, die wie die *Unterhaltungen* für ein allgemeines Publikum gedacht waren und journalistische Inhalte mit unterhaltender Literatur verbanden] glaubte ihren Inhalt wöchentlich durch einige Bilder ergänzen zu müssen. Der Erfolg bewies, daß sie die Neigung der Zeit und des Publikums, eine gewisse Modemanie, naive Schaulust, das gesteigerte Bilderbesehen der Kinder, Belehrung genannt, für sich hatten.« (Gutzkow 1862: 1040).

19 Vgl. auch die Debatte, insbesondere bei Grempe (1913) und Roland (1913), »Über die Frauenverblödung im Kino« in der Zeitschrift *Die Gleichheit* (abgedruckt in Schweinitz 1992: 120–126).

die bestimmt, wer daran teilhaben kann. [...] Die Aufteilung des Sinnlichen macht sichtbar, wer, je nachdem, was er tut, und je nach Zeit und Raum, in denen er etwas tut, am Gemeinsamen teilhaben kann. [...] Sie definiert die Sichtbarkeit oder Unsichtbarkeit in einem gemeinsamen Raum und bestimmt, wer Zugang zu einer gemeinsamen Sprache hat und wer nicht etc. (Rancière 2008: 26)

Mit Rancière gesprochen, gehört die Abwehr der Schaulust zur sinnlichen Matrix moderner Mediengesellschaften: Über die Herabwürdigung bestimmter Attribute, die ihr gemeinhin zugeschrieben werden, wird sie als legitimes Begehren desavouiert und aus dem Selbstverständnis von Gesellschaften ausgeschlossen. Diese Aufteilung des Sinnlichen reproduziert sich mit jeder Abwertung des Affekts: Sobald der Schaulust eine generelle Unfähigkeit oder ein Unwillen unterstellt wird, die Regeln des Gemeinwesens zu befolgen, wird mit dieser Stigmatisierung eine Grenze zwischen rechtmäßiger und unerwünschter Teilhabe an Gesellschaft errichtet und gesichert. Dies könnte auch erklären, warum nicht nur offen grenzverletzende Formen von Voyeurismus oder Gafferei als Überschreitungen der gesellschaftlichen Ordnung aufgefasst werden, die entsprechend strafrechtlich geahndet werden, sondern regelmäßige mediale Verführbarkeit, Passivität und Irrationalität ganz allgemein unter Verdacht gestellt werden: Durch die zugeschriebenen negativen Attribute – wie »pueril«, »passiv« oder »stupide« – taugt die Schaulust zur Gegenfolie eines bis heute wirksamen idealen Subjektverständnisses in der bürgerlichen Gesellschaft, zu dessen Qualitäten eher Souveränität und Autonomie, eine letztinstanzliche Kontrolle über die Hingabe an die medialen Spektakel der digitalen Welt und ein irgendwie »vernünftig« begrenztes Maß an Neugier für die Privatsphäre anderer Leute gehören. Ausgelebte Schaulust verletzt gewissermaßen den gesellschaftlichen Konsens, dass diese Vorstellung vom Subjekt als Norm individuellen Begehrens taugt, und wirft so Fragen nach impliziten Werturteilen, eben der normativen Aufteilung des Sinnlichen auf – recht besehen ist diese Irritation gerade die Klammer, die alle bisherigen Beispiele verbindet.

Komplizenschaft: Badauderie im 19. und 21. Jahrhundert

Die Vorstellung eines selbstbestimmten, kontrollierten oder »vernünftigen« Zuschauens erweist sich schließlich gerade im digitalen Medienzeitalter bzw. bei der Orientierung in seinem Bilderdschungel als zunehmend fragwürdig. Unsere Aufmerksamkeit ist das Hauptziel von Tech-Konzernen, Werbeindustrie und politischer Propaganda, ebenso wie umgekehrt die digitalen Spuren, die wir hinterlassen, ihre Ausrichtung maximal vorhersagbar macht. Unser Sehen ist in dieser Hinsicht uns selbst vielleicht weniger transparent als den Institutionen, die Big Data sammeln oder verkaufen. Diese Überlegung hat Wendy Hui-Kyong dazu

geführt, als Sinnbild heutiger digitaler Wahrnehmungskulturen die historische Sozialfigur des *badaud* vorzuschlagen. Zum Ausgangspunkt dienen ihr dabei die Überlegungen zur Flanerie von Walter Benjamin, der an einer Stelle die Figur des Gaffers vom – intellektuell selbständigen und sozial mobilen – Flaneur unterscheidet; eine Unterscheidung, die Benjamin seinerseits aus Victor Fournels *Ce qu'on voit dans les rues de Paris* (1858) und dessen Bemerkungen zum Typus des schaulustigen *badaud* übernimmt (Benjamin 1991: 509-690, zu Flaneur und *badaud* 571-574, Verweis auf Fournel 57).²⁰ Der *badaud* gilt bei Benjamin als Gegentypus zum Flaneur; während dieser als Individualist und kritischer Beobachter charakterisiert wird, steht jener für unkritische Gafferei, in der die aufmerksame Beobachtung »stagnier[t]«. (Benjamin 1991: 572) Im Gegensatz zu Benjamins Flaneur, der in den Medientheorien der Jahrtausendwende verschiedentlich als Vergleich für konsumfreudige, selbstbestimmte und individualistische User:innen herangezogen wurde (Hui-Kyong 2006: 60f.), bestimmt Hui-Kyong den *badaud* als die wesentlich passendere Analogie für die »vulnerable« (ebd.: 62) Position von Nutzer:innen im Cyberspace unter Bedingungen von Big Data:

The gawker, captured by commodities, stands and stares. Like the lurker, the gawker is inundated by, and part of, the ongoing flood of information; like the lurker, the gawker is the object of someone else's gaze – treated as part of the crowd. (Ebd.: 62f.)

Wir mögen individualistisch und voyeuristisch im Netz unterwegs sein, aber sind dabei sicher nicht selbstbestimmt; unsere Datenspuren erzeugen eine totale virtuelle Sichtbarkeit, die unsere gesellschaftliche Agency mindestens so sehr in Frage stellt wie ältere Vorstellungen eines bloß »passiven« Medienkonsums.²¹

Tatsächlich handelt es sich bei der Figur des *badaud* kulturgeschichtlich um eine der wenigen Erscheinungen, anhand derer Schaulust jenseits medien- oder

20 Zum *badaud* bei Benjamin ausführlicher Neumeyer 1999: 78-82.

21 Die Chimäre eines »passiven Publikums«, die zusammen mit der mit ihr einhergehenden latenten Abwertung der Schaulust bis in die 1980er Jahre einen dominanten Topos vieler Medientheorien bildete, wurde oben bereits erwähnt. Zu Abbau und Öffnung dieser Vorstellung für multidimensionale Konzeptionen des Medienkonsums trug einerseits die Ersetzung schematischer Sender/Empfänger-Modelle (die in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts noch die Vorstellung des Publikums als passiv-rezeptivem Pol in einer binären Struktur der Informationsvermittlung festigten) durch erweiterte, mehrdimensionale Modelle medialer Vermittlung bei. Ein eigener Zweig der deutschsprachigen Theoriebildung befasste sich seit den 1990er Jahren unter dem Begriff *Interpassivität* mit der Kopplung passiver und aktiver Anteile als Grundstruktur ästhetischen Rezeptionsverhaltens. Zu den medientheoretischen Entwicklungen vgl. Kumar 2020: 101ff. Eine Einführung in die Idee interpassiven Medienverhaltens gibt Žižek 2000.

kulturtheoretischer Diskurse mit einer gewissen Breite diskutiert wurde, inklusive ihrer nicht ganz konfliktfreien Einbettung in die sozialen Verhältnisse. Neben eher abwertenden Darstellungen des *badauds*, wie sie eingangs am Beispiel Huets skizziert wurden, finden sich insbesondere in französischen Zeugnissen des ausgehenden 19. Jahrhunderts viele Quellen, die Schaulust interessiert als Reaktion auf das moderne Großstadtleben beobachten. Im Zentrum steht dort häufig die Responsivität des Affekts – nicht nur in Bezug auf seine Gegenstände und alle möglichen ästhetischen Reize,²² sondern auch auf die soziale Umwelt.²³ Dies wird exemplarisch in einem der *badauderie* gewidmeten Buchprojekt anschaulich, das 1896 unter der Herausgeberschaft von Octave Uzanne erschien, nachdem dieser eine Reihe zeitgenössischer französischer Schriftsteller eingeladen hatte, kurze Erzählungen und Essays zu Holzstichen und Lithografien von Felix Vallotton zu verfassen, welche allesamt die Schaulust der Pariser Bevölkerung zum Thema hatten. Ein Unfall eines Pferdefuhrwerks, Bauarbeiten an der Straße, Marktschreier, eine politische Kundgebung, ein mutmaßlicher Terroranschlag, der Aufzug des Staatsrats vor dem Regierungspalast: sie alle werden von allen Seiten begafft; amüsiert, besorgt, nachdenklich oder manchmal auch beschämt (vgl. Uzanne 1896).²⁴

Diese Beispiele zeigen, dass der Bezug auf unsere Gegenwart, den Hui-Kyong herstellt, weder weit hergeholt noch rein metaphorisch ist. Gafferei bei Unfällen, Protestaktionen im öffentlichen Raum oder spektakuläre Inszenierungen politischer Auftritte gehören auch heute zu den Phänomenen, an denen sich das Konfliktpotenzial von im gesellschaftlich geteilten Raum ausgelebter Schaulust beobachten lässt. Dies gilt auch und gerade für die ›Käuflichkeit‹ der Schaulust – ihren Charakter als Zielgröße von Aufmerksamkeitskampagnen der Werbung. Diese wird in den *Badauderies Parisiennes* in mindestens zwei Erzählungen und den zugehörigen Illustrationen zum Thema, in denen Verfahren der Aufmerksamkeitssteuerung durch zeitgenössische Plakatwerbung sowie Leuchtreklame im öffentlichen Raum beschrieben werden. Die beiden Erzählungen – *L'affichage moderne* (Muhlfeld 1896) (Abb. 1) und *Les affiches lumineuses* (Coolus 1896) (Abb. 2) – halten sich nicht bei der vermeintlich passiv-naiven Haltung der Schaulustigen auf, wie es die oben zitierten älteren Darstellungen des *badauds* nahelegen würden, sondern

22 Dies tut z.B. Fournel über weite Strecken seines Buchs, was seine Überlegungen auch für Benjamin interessant machte. Der *badaud* erscheint dort – anders als Benjamin es sehen möchte – allerdings nicht ausschließlich als negative Gegenfigur des intellektuell eigenständigen, kultur- und erkenntniskritischen Flaneurs, sondern eher als ein weltzugewandter Zuschauer, der sich adaptiv und responsiv zu einer Konsumwelt vielfältiger Attraktionen und ihrer urbanen Varieté- und Kunstformen verhält; grundsätzlich lässt sich der *badaud* im Buch daher als ein Alter Ego des Kunstkritikers Fournel bestimmen.

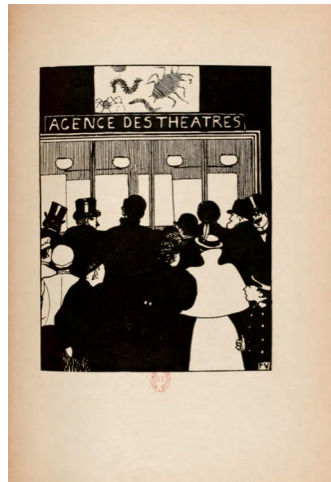
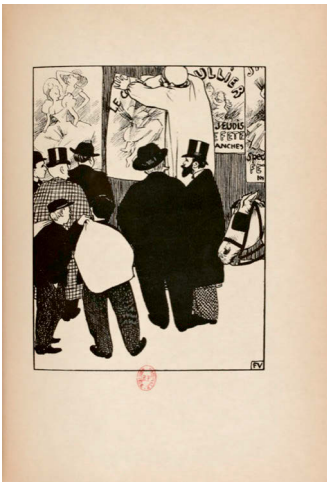
23 Zum *badaud* als Figur sozialer Interaktion vgl. die quellenreiche Studie von Shaya 2004.

24 Unter den Beiträgern finden sich eine Reihe weniger bekannte Autoren, aber auch Namen wie Félix Fénéon und Jules Renard.

kreisen tatsächlich um die Frage, mit welchen gestalterischen Mitteln Aufmerksamkeit in der visuellen Kultur der Moderne erzeugt und gebannt werden kann, vor allem angesichts einer Konkurrenz der Medien im öffentlichen Raum. Der *appropriation* (Muhlfeld 1896: 70) erfolgreicher Werbestrategien, der fortwährenden Anpassung an die visuelle Szenerie der Großstadt wird dabei der größte Erfolg prophezeit – und während die Wirksamkeit visueller Effekte plastisch geschildert wird, etwa das signalartige Phosphoreszieren der Werbekästen in der Nacht, unternehmen die Texte immer wieder ironisierende Brechungen durch Übersteigerung oder Bagatellisierung: Die Fixierung der Schaulust der Passant:innen durch die Leuchtwerbung wird im nächsten Moment durch den Nachtrag ihrer beeindruckenden Wirkung auf Fliegen und Moskitos ergänzt; das erklärte Verlangen nach den angekündigten Theater- und Varietéaufführungen wird durch die Sehnsucht nach häuslicher Ruhe und dem eigenen Bett konterkariert. (Coolus 1896: 114, 116)

Abb. 1: Félix Vallotton: Illustration zu Lucien Muhlfeld: *L'affichage moderne* (1896). Holzschnitt, 15.8x12 cm.

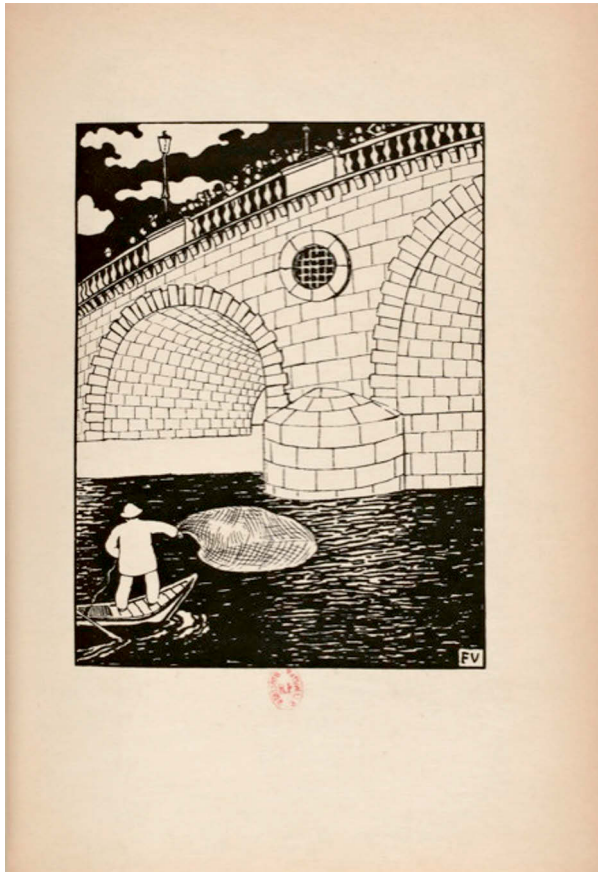
Abb. 2: Félix Vallotton: Illustration zu Romain Coolus: *Les affiches lumineuses* (1896). Holzschnitt, 15.8x12 cm.



Die Spektakellust der abendlichen Passant:innen wird damit einerseits als ideale Adressatin der Werbung und als Spielfigur innerhalb der kapitalistischen Warenlogik gezeigt; gleichzeitig wird sie durch den (selbst-)ironischen Ton der Darstellung ihres Pathos beraubt und als oberflächliche und wenig nachhaltige Erregung ausgestellt – eine invektive Geste, die zugleich in der Gesamtheit der Texte mitsamt ihren kunstvollen, gleichfalls zur Schaulust einladenden Holz-

schnitten, nur einen Aspekt der vielseitigen Charakterisierung der Schaulust in den *Badauderies Parisiennes* bildet.

Abb. 3: Félix Valloton: Illustration zu Paul Veber: *L'épervier* (1896).
Holzschnitt, 15.8x12 cm.



Andere Erzählungen sind auf den ersten Blick ausschließlich der Lust an der Unterhaltung gewidmet – ein Holzschnitt (Abb. 3) zeigt z.B. das Gedränge von Zuschauer:innen auf einer Brücke, die nichts weiter tun, als einem Fischer unten auf dem Fluss beim Einholen seines Netzes zuzusehen. Die zugehörige Erzählung *L'épervier* von Pierre Veber malt aus, wie sich immer mehr Publikum als Reaktion auf die bereits dort Stehenden versammelt. Die an einen der Umstehenden adressierte Frage des Protagonisten nach dem Grund ihrer Neugier bleibt unbeantwortet: »Je ne sais pas; ils regardent un homme dans une barque.« (Veber 1896: 29) Tatsächlich

ereignet sich nichts weiter, als dass der Fischer im Boot langsam und – wie der Protagonist findet – betont theatral sein leeres Netz zurück ins Boot zieht: »Rien... il n'y a rien dans l'épervier; l'homme saisit les rames et s'en va là-bas exploiter les passants d'un autre pont; il a pris au filet nos attentions, notre temps, notre curiosité.«²⁵ (Ebd.: 32)

Während das Netz leer bleibt, ist der Erzählung mit regelrecht soziologischer Neugier ein anderer Gegenstand »ins Netz gegangen«, nämlich die Schaulust des Protagonisten und seine Auseinandersetzung mit ihr. Nicht nur beginnt er im Lauf der Erzählung, den Akt des Netzeinholens selbstironisch als theatrales Event zu beschreiben und den Fischer als einen Schauspieler, der es eigentlich nur auf »Aufmerksamkeit, Zeit und Schaulust« der Umstehenden abgesehen hat. Vom Beginn an kreisen seine Gedanken beständig um die Frage, warum er stehenbleibt und ob die kollektive Neugier es rechtfertigt, dass er eigene Geschäfte in der Stadt verpasst, »un rendez-vous au boulevard; des affaires compliquées, transactions«²⁶ (ebd.: 29) – die Schaulust, die er mit den anderen Anwesenden teilt, hat keinen Anlass und stört zugleich die Ökonomie der eigenen Zeitplanung und den reibungslosen Ablauf eines beschäftigten Großstadtlebens. Die Erzählung macht aus ihr (als nur eine von mehreren im selben Band) insofern eine modernekritische Figur: Ihre Eigenlogik widersteht bis zu einem gewissen Grad der Integration in die ökonomische Reproduktionslogik der modernen Städte – dass jemand sich von einer bedeutungslosen Alltagshandlung zum Stehenbleiben verführen lässt, obwohl er geschäftliche Verpflichtungen hat, wird zu einer, wenn auch angeblich unfreiwilligen, »Demonstration gegen die Arbeitsteilung«, wie Benjamin über den Flaneur schrieb. (1991: 538) Genau wie dieser boykottiert das Verhalten des Erzählers in *L'épervier* die moderne Unterteilung des urbanen Lebens in Arbeit und Freizeit, indem er sich auf dem Weg zu einem Geschäftstreffen von einem Spektakel am Wegesrand zum scheinbar zwecklosen Verweilen verleiten lässt.

Anders als im Fall des individualistischen Flaneurs charakterisiert das Schauverhalten des *badauds* hier und in anderen Darstellungen der Zeit allerdings die Betonung seines sozialen, responsiven und konnektiven Charakters: Die Schaulustigen sind keine gesellschaftlichen Randfiguren, sondern das skopophile Erleben der Umwelt ist ein kollektiv geteiltes, das auch die Beobachtung der anderen Schaulustigen einschließt. Exemplarisch bildet in Paul Vebers *L'épervier* das titelgebende Netz einen metaphorischen Schlüssel für die soziale Dimension der Schaulust. Die Art und Weise, wie die Erzählung die scheinbar banale Begebenheit perspektiviert,

25 »Nichts...das Netz war leer. Der Mann ergriff die Ruder und zog los, um die Passanten auf einer anderen Brücke auszubeuten; er hat unsere Aufmerksamkeit, unsere Zeit, unsere Schaulust eingefangen.« [Übersetzung der Verf.]

26 »eine Verabredung in der Innenstadt; komplizierte Geschäfte, Transaktionen« [Übersetzung der Verf.].

macht die vielfältigen Verknüpfungen zwischen dem Objekt der Schaulust, dem Protagonisten, den Umstehenden und dem sozialen und ökonomischen Gefüge der Großstadt zum eigentlichen Gegenstand. Dies ist nicht nur der erzählerischen Finesse geschuldet. Vielmehr stehen affektive Vernetzungen zwischen Schaulustigen und Angeschautem sowie der städtischen Umwelt auch in anderen zeitgenössischen Texten im Zentrum, wenn *badauds* und Badauderien beschrieben werden. Auch die zitierten Erzählungen von Muhlfeld und Coolus sind beispielsweise am schaulustigen Verhalten innerhalb eines sozioökonomischen Beziehungsgefüges interessiert. Dasselbe gilt jenseits des Literarischen z.B. auch für das kunst- und kulturtheoretische Werk Fournels, der die Affinität des *badauds* zur Konsum- und Warengesellschaft betont und ihn (durchaus positiv) zum Prototyp eines zeitgemäßen Kunstgeschmacks erhebt. Auch in der zeitgenössischen französischen Magazinkultur dient der Sozialtypus zur Skizzierung vielfältiger ästhetischer Reize und affektiver Reaktionsmuster in der urbanen Öffentlichkeit, wodurch er zu einer kollektiven Identifikationsfigur für die entstehende Massengesellschaft avanciert, wie Shaya beschreibt:

[I]n the mass press of the late nineteenth and early twentieth century, the crowd that gathered at a crime or a catastrophe served as a model for the public itself. It was no less than a means of constructing a new understanding of a public that came together outside the spell of class and politics. In contrast to the reasonable, abstract public of late eighteenth and early nineteenth-century ›public opinion,‹ the mass press nurtured and exploited a new, mass public, one that was defined by sensations, passions, and curiosity: a public as street crowd. (Shaya 2004: 42)

Über die Darstellungen von *badauds* in der Massenpresse der Zeit werden demzufolge neue Modelle öffentlichen Lebens popularisiert. Tatsächlich erscheint die Schaulust der *badauds* in den bisher genannten Fällen als eine geteilte gesellschaftliche Praxis, gleichwie individuell sie erlebt wird, und über die sich, folgt man Shaya, neue Formen der affektiven, lustgesteuerten Vergemeinschaftung jenseits sozialer und politischer Klassen imaginieren ließen. Eine entgegengesetzte Deutung formuliert zeitgenössisch bekanntlich Gustave Le Bon, der in seiner einflussreichen *Psychologie des foules* (1895) im Gegenteil die konfuse Triebhaftigkeit der Menge in der modernen Massengesellschaft und ihre Unfähigkeit zur Selbstorganisation betonte. (Le Bon 1895: 23-47)

Nicht nur in Bezug auf die soziologische Massentheorie Le Bons, sondern auch hinsichtlich der Vorbehalte, die über die Jahrhunderte mit der Schaulust assoziiert wurden, eröffnet der *badaud* im späten 19. Jahrhundert neue und aufschlussreiche Sichtweisen. Auch wenn in den genannten Beispielen die bekannten abwertenden Stereotype nicht fehlen – in den untersuchten Erzähltexten aus den *Badauderies Parisiennes* gehören dazu u.a. die skopische Verführbarkeit durch den Reiz beliebiger Spektakel; die Passivität des Schauens, das in der Fixierung auf seine Objekte

erstarrt und unfähig wird zu vernünftigen Entscheidungen; die Erzeugung von Schaulust durch Medien, in diesem Fall z.B. durch Werbebilder – werden sie dort und in anderen Darstellungen der Zeit nicht als pathologische Deformation angeprangert. Man interessiert sich mehr für ihre Rolle innerhalb gesellschaftlicher Gefüge, die sich nicht zuletzt durch Akte des Sehens und Gesehenwerdens konstituieren. In den Blick treten mit dem *badaud* im späten 19. Jahrhundert auf diese Weise viele Aspekte, an denen sich zeigt, wie sozial und kulturell relevant der Affekt der Schaulust ist: Neugier, Anteilnahme, Responsivität sowie eine Praxis der durchaus differenzierten Beobachtung, welche Ökonomien der Aufmerksamkeit innerhalb sozialer Kontexte registriert und dabei auch die affektiven, ästhetischen, ökonomischen oder politischen²⁷ Faktoren ihrer Steuerung erfasst. Schaulust erscheint damit als integraler Teil der affektiven Matrix der modernen Gesellschaft, ihrer inneren Konflikte ebenso wie ihrer Kohäsion. Bei allen historischen Unterschieden zwischen dem französischen Großstadtleben der dritten Republik und heutigen digitalen Schau-Kulturen bietet dieser Blick auf die Schaulust eine bedenkenswerte Alternative zu ihrem traditionellen Ausschluss, wie er oben skizziert wurde.

Fazit und Ausblick

Nach dem Passieren diverser Stationen der Schaulust kann das, was eingangs als ihre »Janusköpfigkeit« bezeichnet wurde, nun präziser gefasst werden: Sie ist das Produkt etablierter kultureller Zuschreibungen, die in ihr einerseits ein individuelles Sinnesvermögen mit eigener Begehrnsstruktur sehen und sie zugleich als Sozialverhalten bewerten – zwei Seiten, die nicht immer kongruent sind und dazu führen, dass Akte der Schaulust immer wieder Fragen nach Grenzziehungen zwischen Bedürfnisbefriedigung und Gemeinnutz, zuschauender und intervenierender Partizipation oder rechtmäßigem bzw. strafbarem Verhalten aufwerfen. Dabei verkennt die einseitig moralisierende Abwertung und Exklusion der Schaulust ihre Bindung an kollektive, d.h. geteilte Praktiken, wie insbesondere das Beispiel des *badauds* und seine Übertragung auf die digitale Crowd bei Hui-Kyong gezeigt haben. Hier scheint im Gegenteil die Möglichkeit auf, Schaulust nicht als Bedrohung von Gesellschaft zu begreifen, sondern vielmehr als Ausdruck affektiver Bindungen von Individuen an ihre Umwelt, die den öffentlichen Raum der bürgerlichen Gesellschaft genau wie den digitalen Raum konstituieren – dynamisch und tendenziell konfliktuell. Während historisch immer wieder Medien, insbesondere visuelle Leitmedien als Bedingungen eines fehlgeleiteten, asozialen Sehens ausge-

27 In den *Badauderies Parisiennes* fallen darunter beispielsweise Schilderungen politischer Demonstrationen, der publikumswirksamen Auftritte von Politikern oder des Verhaltens der Öffentlichkeit gegenüber der Polizei oder im Rahmen politischer Attentate.

wiesen wurden, zeigen Beispiele wie Hitchcocks *Rear Window* oder die Darstellung des *badaud* in der Printkultur des ausgehenden 19. Jahrhunderts im Gegenteil, dass Medien (in diesem Fall Film, Massenpresse und illustrierte Bücher) entschieden an der publikumswirksamen Reflexion und dialektischen Aushandlung der sozialen Dimensionen des Sehens beteiligt sind. Vergleichbar lässt sich in der Gegenwartskunst z.B. eine Reflexion auf die Ubiquität von Gewaltbildern beobachten, die als immanente Kritik an den gesellschaftlichen Dispositiven ihrer Produktion, Zirkulation und Rezeption verstanden werden kann (vgl. Hentschel 2020; Müller 2020). Diese Perspektive ist in der Geschichte des Affekts bislang bemerkenswert marginal geblieben ist und wirft, überträgt man sie auf heutige Thematisierungen öffentlicher und medialer Schaulust, vielversprechende Fragen auf.²⁸

Literaturverzeichnis

- Andersson, Linus/Sundin, Emma (2021): »Mobile Bystanders and Rubbernecks, Disaster Tourists, and Helpers. Towards a Theoretical Framework for Critically Studying Action Possibilities at Accident Sites«. In: *Mobile Media & Communication* (Jan 2021), S. 1-15. DOI: 10.1177/2050157920984828.
- Belton, John (2010): *Alfred Hitchcock's »Rear Window«*. Cambridge: UP.
- Benjamin, Walter (1991): »Charles Baudelaire. Ein Lyriker im Zeitalter des Hochkapitalismus [1939]«. In: Ders.: *Gesammelte Schriften*, Bd. 1. Hg. v. Hermann Schweppenhäuser u. Rolf Tiedemann. Frankfurt a.M.: Suhrkamp, S. 509-690.
- Bracewell, Kelly/Hargreaves, Paul/Stanley, Nicky (2020): »The Consequences of the COVID-19 Lockdown on Stalking Victimisation.« In: *Journal of Family Violence* (10.09.2020). DOI: 10.1007/s10896-020-00201-0.
- Bublitz, Hannelore (2010): *Im Beichtstuhl der Medien: Die Produktion des Selbst im öffentlichen Bekenntnis*. Bielefeld: transcript.
- Calvert, Clay (2004): *Voyeur Nation. Media, Privacy, and Peering in Modern Culture*. Boulder/Colorado: Westview Press.
- Carpentier, Nico (2011): »New Figurations of the Audience? The Challenge of User-Generated Content for Audience Theory and Media Participation«. In: Nightingale, Virginia (Hg.): *The Handbook of Media Audiences*. Hoboken: Wiley-Blackwell, S. 190-212.
- Chandler, Simon (2021): »Social Media Is Fostering A Big Rise In Real-World Stalking.« In: *Forbes Magazine*: <https://www.forbes.com/sites/simonchandler/2019/10/11/social-media-proves-itself-to-be-the-perfect-tool-for-stalkers/> (11.10.2019) [letzter Zugriff 15.02.2021].

28 Die hier vorgestellten Überlegungen sind Teil eines größeren Forschungsprojekts.

- Coolus, Romain (1896): »Les affiches lumineuses«. In: Uzanne, Octave (Hg.): *Badauderies parisiennes. Les rassemblements. Physiologies de la rue*. Paris: Henri Floury, S. 109-116.
- Elkins, James (1996): *The Object Stares Back. On the Nature of Seeing*. New York: Har-vest.
- Fournel, Victor (1858): *Ce qu'on voit dans les rues de Paris*. Paris: Adolphe Delahais.
- Franck, Georg (2007): *Die Ökonomie der Aufmerksamkeit. Ein Entwurf* [1998]. Mün-chen: Hanser.
- Goeze, Johann Melchior (1770): *Theologische Untersuchung der Sittlichkeit der deutschen Schaubühne*. Hamburg: Johann Christian Brandt.
- Grempe, P. Max (1913): »Gegen die Frauenverblödung im Kino«. In: *Die Gleichheit*, Nr. 5, S. 70-72. Wiederabgedruckt in: Jörg Schweinitz (1992) (Hg.): *Prolog vor dem Film: Nachdenken über ein neues Medium 1909-1914*. Stuttgart: Reclam, S. 120-126.
- Gutzkow, Karl (1862): »An unsere Leser und Mitarbeiter«. In: Ders: *Neues aus der Welt. Beilage zu Karl Gutzkows »Unterhaltungen am häuslichen Herd«*. 3:2 (24.12.1862), S. 1040.
- Han, Byung-Chul (2016): *Im Schwarm. Ansichten des Digitalen*. Berlin: Matthes & Seitz.
- Harcourt, Bernard (2015): *Exposed. Desire and Disobedience in the Digital Age*. Harvard: University Press.
- Hart, Julius (1913): »Schaulust und Kunst.« In: *Die Woche* (Berlin), Nr. 37, 13.9.1913, S. 1541-1543. Wiederabgedruckt in: Jörg Schweinitz (1992) (Hg.): *Prolog vor dem Film: Nachdenken über ein neues Medium 1909-1914*. Stuttgart: Reclam, S. 253-258.
- Hentschel, Linda (2020): *Schauen und Strafen. Nach 9/11*. Berlin: Kulturverlag Kad-mos.
- Hoffmann, Agnes (2020): »Die Spektakel der Gesellschaft. Moderne Schaulust zwi-schen »esprit public« und Gafferei.« In: Ekardt, Philip/Fehrenbach, Frank/Zum-busch, Cornelia (Hgg.): *Politische Emotionen in den Künsten*. Berlin/Boston: De Gruyter, S. 183-200.
- Hoggart, Richard (1957): *The Uses of Literacy. Aspects of Working Class Life*. London: Chatto and Windus.
- Horkheimer, Max/Adorno, Theodor W. (2006): *Dialektik der Aufklärung. Philosophis-che Fragmente* [1944]. Frankfurt a.M.: S. Fischer.
- Hui-Kyong, Wendy (2006): *Control and Freedom. Power and Paranoia in the Age of Fibre Optics*. Cambridge/London: MIT Press.
- Ibrahim, Yasmin (2019): *Politics of Gaze. The Image Economy Online*. London: Rout-ledge.
- Katz, Elihu/Lazarfeld, Paul (1955): *Personal influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications*. Glencoe: The Free Press.
- Krynch, David (2011): *Theorien und Formen von Schaulust*. Diplomarbeit: Wien, S. 57-85. <http://othes.univie.ac.at/17148/> [letzter Zugriff 15.03.2021].

- Kumar, Shanti (2020): »The Affective Audience. Beyond the Active vs. Passive Audience Theory Debate in Television Studies«. In: Shimpach, Shawn (Hg.): *The Routledge Companion to Global Television*. New York: Routledge, S. 99-110.
- Lang, Kurt/Lang, Gladys Engel (1953): »The Unique Perspective of Television and its Effect. A Case Study.« In: *American Sociological Review*, Jg. 18, Nr. 1, S. 3-12.
- Le Bon, Gustave (1895): *Psychologie des foules*. Paris: Félix Alcan.
- Mateus, Samuel (2012): »Social Networks Scopophilic Dimension – Social Belonging Through Spectatorship«. In: *Observatorio (OBS*) Journal, Special issue ›Networked belonging and networks of belonging‹*, COST Action ISO906, S. 207-220.
- Müller, Philipp (2020): »Scheinhinrichtung und Aufmerksamkeitsverbrechen. Regina José Galindos ›The Objective‹ und Phänomene der aktuellen Gewaltberichterstattung.« In: Ekardt, Philip/Fehrenbach, Frank/Zumbusch, Cornelia (Hgg.): *Politische Emotionen in den Künsten*. Berlin/Boston: De Gruyter, S. 201-218.
- Muhlfeld, Lucien (1896): »L'affichage moderne«. In: Uzanne, Octave (Hg.): *Badauderies parisiennes. Les rassemblements. Physiologies de la rue*. Paris: Henri Floury, S. 67-74.
- Mulvey, Laura (1975): »Visual Pleasure and Narrative Cinema«. In: *Screen*, Jg. 16, Nr. 3, S. 6-18.
- McGlynn, Clare/Rackley, Erica/Houghton, Ruth (2017): »Beyond ›Revenge Porn‹: The Continuum of Image-Based Sexual Abuse«. In: *Feminist Legal Studies*, Jg. 25, Nr. 1, S. 25-46. DOI: 10.1007/S10691-017-9343-2.
- Neumeyer, Harald (1999): *Der Flaneur. Konzeptionen der Moderne*. Würzburg: Königshausen & Neumann.
- Nymoen, Ole/Schmitt, Wolfgang M. (2021): *Influencer. Die Ideologie der Werbekörper*. Berlin.: Suhrkamp.
- Ong, Jonathan Corpus (2014): »›Witnessing‹ or ›Mediating‹ Distant Suffering? Ethical Questions Across Moments of Text, Production, and Reception«. In: *Television and New Media*, Jg. 15, Nr. 3, S. 179-196. DOI: 10.1177/1527476412454687.
- Piechnik, Iwona (2017): »Le badaud vue en France et ses semblables en Europe«. In: Dies./Kornhauser, Jakub (Hgg.): *Le badaud et le regardeur*. Kraków: Biblioteka Jagiellońska, S. 104-123.
- Pippin, Robert R. (2020): »Cinematic Self-Consciousness in Alfred Hitchcock's Rear Window«. In: Ders.: *Filmed Thought. Film as Reflexive Form*. Chicago: UP, S. 23-46.
- Rancière, Jacques (2002): *Das Unvernehmen. Politik und Philosophie*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Rancière, Jacques (2008): *Die Aufteilung des Sinnlichen. Die Politik der Kunst und ihre Paradoxien*. Berlin: b_books.
- Rancière, Jacques (2009): *Der emanzipierte Zuschauer*. Wien: Passagen Verlag.
- Riesman, David/Glaser, Nathan/Denney, Reuel (2001): *The Lonely Crowd. A Study of the Changing American Character*. New Haven: Yale UP.

- Roland [i.e. Henry Möring] (1913): »Gegen die Frauenverblödung im Kino«. In: *Die Gleichheit*, Jg. 23, Nr. 8, S. 115–116. Wiederabgedruckt in: Jörg Schweinitz (1992) (Hg.): *Prolog vor dem Film: Nachdenken über ein neues Medium 1909–1914*. Stuttgart: Reclam, S. 127–131.
- Seibt, Gustav (2007): »Aufmerksam verblödet. Gustav Hahn hat Kinder beim Fernsehen fotografiert«. In: *Süddeutsche Zeitung*: <https://www.sueddeutsche.de/kultur/bildergalerie-aufmerksam-verbloedet-1.422907> (05.06.2007) [letzter Zugriff 15.05.2021].
- Sennett, Richard (1977): *The Fall of the Public Man*. New York: Knopf.
- Shaya, Gregory (2004): »The Flâneur, the Badaud, and the Making of a Mass Public in France, circa 1860–1910«. In: *The American Historical Review*, Jg. 109, Nr. 1, S. 41–77. DOI: 10.1086/ahr/109.1.41.
- Stadler, Ulrich (2005): »Schaulust und Voyeurismus. Ein Abgrenzungsversuch. Mit einer Geschichte des verpönten Blicks in Literatur und Kunst. Einleitung«. In: Ders.: *Schaulust. Heimliche und verpönte Blicke in Literatur und Kunst*. München: Wilhelm Fink, S. 9–38.
- Uhl, Carolyn A./et al. (2018): »An Examination of Nonconsensual Pornography Websites«. In: *Feminism & Psychology*, Jg. 28, Nr. 1, S. 50–68. DOI: 10.1177/0959353517720225.
- Uzanne, Octave (1896): *Badauderies parisiennes. Les rassemblements. Physiologies de la rue*. Paris: Henri Floury.
- Veber, Pierre (1896): »L'épervier«. In: Uzanne, Octave (1896): *Badauderies parisiennes. Les rassemblements. Physiologies de la rue*. Paris: Henri Floury, S. 29–32.
- Vogel, Emily A.: The State of Online Harassment. In: *Pew Research Center*: <https://www.pewresearch.org/internet/2021/01/13/the-state-of-online-harassment> (13.01.2021) [letzter Zugriff 15.05.2021].
- Žižek, Slavoj (2000): »Die Substitution zwischen Interaktivität und Interpassivität.« In: Pfaller, Robert (Hg.): *Interpassivität. Studien über delegiertes Genießen*. Wien/New York: Springer, S. 13–32.
- Žižek, Slavoj (2010): *What You Always Wanted to Know About Lacan But Were Afraid to Ask Hitchcock*. New York: Verso.

Abbildungsnachweis

- Abb. 1: Félix Valloton: Illustration zu Lucien Muhlfeld: *L'affichage moderne* (1896). Bildtafel X. In: Octave Uzanne (Hg.): *Badauderies parisiennes. Les rassemblements. Physiologies de la rue*. Paris: Henri Floury, S. 67–74. Quelle: gallica.bnf.fr/Bibliothèque nationale, Inventarnr.: [ark:/12148/btv1b8626624f](https://nla.ark:/12148/btv1b8626624f).

Abb. 2: Félix Valloton: Illustration zu Romain Coolus: Les affiches lumineuses (1896). Bildtafel XVI. In: Octave Uzanne (Hg.): *Badauderies parisiennes. Les rassemblements. Physiologies de la rue*. Paris: Henri Floury, S. 109-116. Quelle: gallica.bnf.fr/Bibliothèque nationale, Inventarnr.: ark:/12148/btv1b8626624f.

Abb. 3: Félix Valloton: Illustration zu Paul Veber: L'épervier (1896). Bildtafel IV. In: Octave Uzanne (Hg.): *Badauderies parisiennes. Les rassemblements. Physiologies de la rue*. Paris: Henri Floury, S. 29-32. Quelle: gallica.bnf.fr/Bibliothèque nationale, Inventarnr.: ark:/12148/btv1b8626624f.