

## **Eva Wagner: Intimisierte Öffentlichkeiten. Pöbeleien, Shitstorms und Emotionen auf Facebook**

Bielefeld: transcript 2020, S. 198, ISBN 9783837640267, EUR 29,99

Das Buch beginnt mit der Diagnose, das Internet habe sich gewandelt, Shitstorms, Pöbeleien und Emotionen seien an der Tagesordnung (S.7). Die Einleitung liefert Beispiele, die dies untermauern: Anfeindungen in sozialen Netzwerken, Fake News und algorithmische Ökonomisierungsstrategien scheinen ubiquitär. Eva Wagner will die „mediale[n] Affordanzen und Formatvorlagen“ (ebd.) sichtbar machen, aus denen die titelgebenden intimisierten Öffentlichkeiten (IÖ) entstehen, in welchen dann Anfeindungen, Moral, Pöbeleien und Emotionen ausagiert werden. Die Monografie positioniert sich methodologisch in der qualitativen Internetforschung, bedient sich aber medientheoretischer Diskurse, die dadurch fortgeschrieben, aktualisiert und um mediensoziologische Aspekte ergänzt werden. Im Zentrum der qualitativen Analyse steht dabei Facebook, hier forschte Wagner von 2014 bis 2016, indem sie vier Accounts für ihre Online-Ethnographie verwendete und dies durch Beobachtungsprotokolle sowie anonymisierte Screenshots dokumentierte und durch Interviews mit User\_innen und Facebookmanager\_innen ergänzte.

Zu Beginn des Buches klärt die Autorin zunächst ihren Medienbegriff, den sie als dezidiert *mediensoziologisch* gefasst sehen möchte. Anschließend diskutiert sie bezugnehmend auf Jürgen Habermas Fragen nach (kritischer)

Öffentlichkeit und Privatheit (S.15f), sowie nach Moral, Kommunikation unter Abwesenden, nach Schriftlichkeit und der Transformation all dieser Aspekte im Kontext des Web 2.0 (S.16-17). Um ihr Verständnis der *Social Networking Sites* (SNS) als Öffentlichkeit zu schärfen (S.142f), zieht Wagner vor allem Konzepte von Ferdinand Tönnies, Habermas, Ernesto Laclau und Chantal Mouffe heran, und stellt in einem „längeren Exkurs zur Öffentlichkeitssoziologie“ (S.148f) auch die Begriffe der Gemeinschaft, Gesellschaft – und in der Verlängerung auch *community* – zur Disposition.

Im zweiten Kapitel zeichnet sie die Veränderungen und Debatten rund um kommunikationsmediale Zäsuren bis zum Web 2.0 und seinen SNS grob nach. Besonders interessant sind dabei Statements von Befragten, die sich wegen der verschwimmenden Grenzen zwischen dem Privaten und dem Öffentlichen entschieden haben, Facebook nicht weiter zu nutzen oder dem Internet gar ganz den Rücken zu kehren (S.30f).

An diese Beobachtung anschließend widmet sich das dritte Kapitel der Inszenierung und Aushandlung von Privatheit und fragt dezidiert, ob diese als Problematik wahrgenommen wird und welche Maßnahmen Nutzer\_innen ergreifen, um eben dieses Problem für sich zu lösen. Wagner beleuchtet dabei schlaglichtartig Diskurse um Gefähr-

dung, Vermachtung und Selbstdarstellung (S.47f). Sie arbeitet anhand von Interviews heraus, wie überraschend manche Effekte empfunden werden, beispielsweise die Autor\_innenschaft, die Nutzer\_innen durch das Posten zugeschrieben werde (S.53), oder die plötzliche Öffentlichkeit, die sie bei vermeintlich privaten Posts erlebten (S.55). Grundlegend fragen Nutzer\_innen und Autorin: „Wenn alles für alle sichtbar werden kann, stellt sich die Frage, was für wen sichtbar werden soll“ (S.57, Herv. i. Orig.). Dies resultiere sowohl in Bemühungen um massentaugliche Posts als auch in einer „inszenierten Privatheit“ (S.61f), die vor allem durch „das kommunikative Mittel der Unbestimmtheit“ erzeugt werde, so dass je nach Rezipient\_in ein anderer Informationsgehalt entstehe. Trotz dieser Strategien erzeuge das Internet „alternative Formen der Präsenz“ (S.67) und eine neue „Ausdifferenzierung von Öffentlichkeit und Privatheit“ (ebd.) – primär durch wechselnde Profilbilder (S.67f), Emoticons (S.74f), und verschiedene Affordanzen der jeweiligen SNS (wie etwa Kopieren, Zitieren, Liken, Teilen, Listen, Kommentieren).

Im 4. Kapitel findet sich das vielleicht stärkste Argument Wagners: nicht mehr der Informationsgehalt sei wichtig, sondern die Wahrnehmung durch die Rezipient\_innen bestimme über Sichtbarkeit und Reichweite (S.120f) – was stufen sie als authentisch ein, als wahr und kredibel und vor allem als teilungs- oder likewürdig. Diese „Form von Inszenierung [der] öffentlichen Kommunikation auf Facebook, die zu einer Art

Befindlichkeitskommunikation gerinnt“ (S.121), lässt sich auch in andere SNS übertragen. Der damit einhergehende „emotionale Kommunikationsstil“ (ebd.) und die vorausgesetzte Allinklusion der bürgerlichen Öffentlichkeit führen laut Wagner zu einer Intimisierung des Öffentlichen (S.122f). Der in sich etwas widersprüchliche Begriff der IÖ speist sich aus der beschriebenen Grenzaufweichung zwischen privat und öffentlich, durch die Schließungsprozesse beobachtbar werden und basiert auf der „eigentümliche[n] Verschränkung von dem Gefühl, unter sich zu sein und gleichzeitig vor einem großen Publikum zu sprechen. Öffentlichkeit im Netz gerät damit soziologisch betrachtet nicht in eine Krise, sondern ändert zunächst einmal nur ihren Kommunikationsstil“ (S.122).

Gerade im letzten Kapitel spricht das Buch mit vielen Stimmen, allein Wagners ist streckenweise nur gedämpft zu vernehmen. Die im Titel angekündigten Shitstorms lassen sich kaum finden, auch die Pöbeleien sind nur eine Randerscheinung im Verlauf des Buches. Dennoch leistet es seinen Beitrag zum Fragekomplex nach emotionalisierten Diskursen in SNS, deren Auswirkungen in Krisen und politischen Konflikten der jüngsten Zeit eklatant sind. Die Idee der IÖ ist interessant und überzeugend. Gerade Leser\_innen, die an interdisziplinären Schnittstellen arbeiten, gewinnen sicherlich Erkenntnisse und Anschlusspunkte aus der Lektüre.

*Anne Ganzert (Konstanz)*