

Martin Hennig; Jakob Kelsch; Felix Sobala

Einleitung

2019

<https://doi.org/10.25969/mediarep/13196>

Veröffentlichungsversion / published version
Sammelbandbeitrag / collection article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Hennig, Martin; Kelsch, Jakob; Sobala, Felix: Einleitung. In: Christian Aldenhoff, Lukas Edeler, Martin Hennig u.a. (Hg.): *Digitalität und Privatheit. Kulturelle, politisch-rechtliche und soziale Perspektiven*. Bielefeld: transcript 2019, S. 255–262. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/13196>.

Erstmalig hier erschienen / Initial publication here:

<https://doi.org/10.14361/9783839446614-013>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Creative Commons - Namensnennung - Nicht kommerziell - Keine Bearbeitungen 4.0 Lizenz zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu dieser Lizenz finden Sie hier:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0>

Terms of use:

This document is made available under a creative commons - Attribution - Non Commercial - No Derivatives 4.0 License. For more information see:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0>

Einleitung

Martin Hennig, Jakob Kelsch und Felix Sobala

Bereits Samuel Warrens und Louis Brandeis' *The Right to Privacy*, der initiale Text über ein Recht auf Privatheit an der Schwelle zum 20. Jahrhundert, diskutierte mögliche Privatheitsverletzungen durch eine mediale Innovation (hier: die Fotografie).¹ Dies verdeutlicht, dass der medientechnologische Fortschritt auch immer Konzeptionen von Privatheit und daraus ableitbare implizite soziale oder explizite juristische Normen tangiert.² Entsprechend lassen sich zyklisch wiederkehrende Privatheitsdiskurse diagnostizieren, die in der Regel mit dem Aufkommen neuer medialer Formen und Formate verknüpft sind.³ Auch im Zuge der Digitalisierung hat sich ein kultureller Diskurs über die Zukunft des Privaten gebildet: Angesichts vermeintlich totaler Selbstpreisgabe von Persönlichkeiten in sozialen Medien, auf privaten Blogs, YouTube, Instagram oder vergleichbaren Plattformen wurde die Gefährdung der Privatsphäre betont⁴ bzw. im Extremfall gar ein Zeitalter der ›Post-Privacy‹⁵ proklamiert oder das baldige Ende der Privatsphäre⁶ inszeniert. Eine zentrale Frage in Bezug auf die Digitalisierung ist folglich, ob es sich hierbei noch um ein ähnliches Phänomen der (Neu-)Aushandlung von Privatheit, wie schon im Falle der Fotografie bei Warren und Brandeis, handelt oder tatsächlich um jene qualitative Zäsur, die in Begriffen wie ›digitale Gesellschaft‹, ›Onlife‹⁷ oder ›Post-Privacy‹ mitschwingt.

Um dieser Frage nachgehen zu können, liegt es nahe, die zunächst unüberschaubar vielfältigen medialen Phänomene, in denen Privatheit explizit oder im-

1 Vgl. Warren/Brandeis 1890.

2 Vgl. Hennig u.a. 2014: S. 10.

3 Vgl. Kammerer 2014.

4 Vgl. hierzu die journalistischen Kommentare von Müller 2018; Beer 2015.

5 Vgl. Heller 2011: S. 7; vgl. Zöllner 2012: S. 9. Auch Facebook-Gründer Mark Zuckerberg sah – je nach Quelle – bereits »das Ende der Privatsphäre« kommen (Balkan 2016: S. 3), betrachtete sie als »alte Konvention« (Schwan 2010), bzw. als überholte soziale Norm (vgl. Johnson 2010).

6 So auch der Titel eines Werkes von Peter Schaar, Bundesbeauftragter für den Datenschutz von 2003 bis 2013 (vgl. Schaar 2007).

7 Vgl. Floridi 2015: S. 7.

plizit eine Rolle spielt, auszudifferenzieren. Nach Hans Krah lassen sich insgesamt fünf verschiedene Formen der medialen Operationalisierung des Konzeptes ›Privatheit‹ kategorisieren. Diese umfassen sowohl bewusste Auseinandersetzungen mit der Thematik als auch mediale Phänomene, die gemeinhin als Symptom eines ›Schwindens‹ von Privatheit gelten. Auch wenn Krah das Schema primär entlang konventioneller Medien entwickelt, eignet es sich auch für eine Anwendung auf Phänomene des digitalen Medienwandels: So lassen sich zunächst die *Reflexion* von Privatheit (explizite Verhandlungen von Privatheitskonzepten) und der *Transport* von Privatheit (als Beteiligung von Medien am »Konstituierungsprozess von Privatheit«⁸, zum Beispiel bei der Konstitution von Grenzen des Privaten in sozialen Medien) unterscheiden. Des Weiteren kann zwischen der *Dokumentation* (mediale Repräsentation bzw. Zurschaustellung spezifischer Ausprägungen und Inhalte des Privaten als »öffentliche Dokumentation eines genuin und konstitutiv sich dem Öffentlichen Entziehenden«⁹), der *Inszenierung* (Texte inszenieren Privatheit als Indikator für Realität/Authentizität, beispielsweise auf Blogs oder in diversen YouTube-Formaten) sowie der *Instrumentalisierung* (im Sinne einer Rhetorik des Privaten) differenziert werden. So lässt sich in Bezug auf den letzten Punkt behaupten, dass »Privates [...] als Trägerdiskurs dienen [kann; MH, JK, FS], dem andere Konstellationen und Paradigmen angelagert werden, die durch diese Korrelation einen semantischen Mehrwert erhalten«¹⁰. Derartige Codierungen von Privatheit sind damit als Teil spezifischer medialer Strategien zu begreifen und können etwa der Emotionalisierung des Dargestellten dienen. Inwiefern diese Codierungen – einhergehend mit der Vielfalt der Medienlandschaft – mannigfaltige Formen annehmen und unterschiedlich motiviert sein können, zeigt sich in den sechs Beiträgen dieses Kapitels.

Die Beiträge

Die Digitalisierung ermöglicht auch Eingriffe in Lebensbereiche, die im allgemeinen Verständnis bisher als geschützt und dementsprechend genuin privat galten. Einem solchen Bereich, dem Lesen, wendet sich Axel Kuhn in seinem Beitrag *Reader Analytics: Vom privaten zum öffentlichen Lesen?* zu und thematisiert eine Neukonstituierung der Grenzen des Privaten über die Medien, in der Terminologie Krahs den *Transport* von Privatheit betreffend. Kuhn zufolge wird der Leseprozess – nach wie vor ein gesellschaftlich essenzieller Bereich privater Informationsaneignung – durch die vermehrte Nutzung digitaler Medien

8 Krah 2012: S. 137.

9 Krah 2012: S. 139.

10 Krah 2012: S. 138.

(E-Book-Reader, Tablets, Smartphones etc.) für die Betreiber entsprechender Plattformen zu einem durchschaubaren Prozess. Zahlreiche gesammelte Daten könnten Aufschluss über Vorlieben und Abneigungen des Publikums und über die spezifische Vermarktbarkeit unterschiedlicher literarischer Werke geben. Kuhn erörtert, inwiefern »Lesen, Lesedaten und soziale Ordnung zusammenhängen und welche Konsequenzen die digitale Datenerfassung während des Lesens von E-Books für Individuen und die sozialen Strukturen haben könnte.«¹¹ Die Leser/innendaten-Sammlung, die oft ohne das Bewusstsein der Nutzer/innen erfolge, stelle einen Eingriff in deren Privatsphäre dar, dessen Konsequenzen – beispielsweise eine Standardisierung des Literaturmarktes oder Vorgaben an Autor/en/innen, welche ihrer kreativen Tätigkeit Grenzen oder bestimmte Richtungen auferlegen – heute noch nicht abzusehen seien.

Während Kuhn eine eher allgemeine mediale Entwicklung betrachtet, untersuchen die folgenden Beiträge konkrete textuelle Phänomene. Gala Rebane widmet sich in ihrem Beitrag *Aushandlung und Inszenierung des Privaten in room tour-Videos* Phänomenen der *Dokumentation* und auch der *Inszenierung* von Privatheit in spezifischen YouTube-Formaten, die trotz ihrer großen Popularität bisher kaum wissenschaftliche Erwähnung gefunden haben. Im Vergleich der *room tour*-Videos, in denen vornehmlich junge Frauen Einblicke in ihre privaten Räumlichkeiten geben, zu viktorianischen *parlours*, also häuslichen Vorzeigesalons, spannt die Autorin einen historischen Bogen: Die öffentliche Dokumentation eines bewusst konstruierten und begrenzten Privattraums als Akt einer »sozial relevanten Selbstinszenierung«¹² analysiert sie als historisch wiederkehrendes, tradiertes Phänomen. Die Logik der Inszenierung und die Art und Weise, auf die sie stattfindet, hätten sich jedoch bedeutsam gewandelt. Die *room tour*-Videos erhielten noch vielmehr den Charakter einer öffentlichen Dokumentation. Dennoch bleibe nach Rebane die grundlegende Intention der Akteurinnen von der veränderten Medialität bzw. dem Digitalisierungsprozess unbeeinflusst: Egal ob im bürgerlichen Salon oder auf YouTube, stets stehe das Streben nach sozialer Anerkennung, nach einer Steigerung von Prestige bzw. symbolischem Kapital (nach Pierre Bourdieu)¹³ im Vordergrund.

Die *Inszenierung* von Privatheit, die Forcierung der Grenzaufhebung respektive das Spiel mit der Grenze zwischen Privatem und Öffentlichem¹⁴ (also zum Beispiel die Preisgabe augenscheinlich intimer Lebensbereiche), geht stets mit der Frage einher, inwiefern die hier evozierte Privatheit – offensichtlich Produkt eines bewussten Arrangements – tatsächlich ›authentisch‹ sein kann bzw. inwie-

11 S. 264.

12 S. 299.

13 Vgl. Bourdieu 1986, 1989.

14 Vgl. Krahl 2012: S. 141.

fern die entsprechende Zuschreibung medial erzeugt und funktionalisiert wird. In ihrem Beitrag »*Ich erfinde nichts, ist alles, was ich sagen kann.*« *Praktiken der Subjektivierung zwischen Privatheit und Inszenierung in Wolfgang Herrndorfs Blog Arbeit und Struktur* setzt sich Marcella Fassio mit einem Format auseinander, in dem unbestreitbar intime Lebensmomente (hier: der Sterbeprozess des todkranken Autors) öffentlich verhandelt werden. Die Autorin untersucht das digitale Medium des Blogs, das durch seine spezifische Natur im Vergleich zur konventionellen Autobiografie bzw. dem publizierten Tagebuch besondere Wege im Umgang mit Privatheit eröffne. In *Arbeit und Struktur*, so Fassio, offenbare sich die »Ambivalenz von Privatheit und Inszenierung«: Privates werde hier »transformiert und modifiziert« und diene somit zur Inszenierung eines Autor-Subjekts, zur Schaffung eines ›digitalen Ichs‹.¹⁵ Häufig werde Fiktives dabei von Rezipient/en/innen als Darstellung tatsächlicher Lebensdetails begriffen. Das literarische Weblog sei somit eine »prädestinierte öffentliche Plattform für ein spielerisches Aushandeln von Privatheit im digitalen Raum«¹⁶.

Amy Linn Hills Beitrag ›*GRWM: Modes of Aesthetic Observance, Surveillance, and Subversion on YouTube* nimmt bestimmte Teilbereiche der *Instrumentalisierung* des Privaten, sogenannte *Get Ready With Me*-YouTube-Videos in den Blick. Bei diesen Formaten, in denen sich Lifestyle- und Beauty-Vlogger/innen vor laufender Kamera schminken, handele es sich – trotz des irreführenden Namens – weniger um Tutorials, das heißt Anleitungen und Hilfestellungen zum Schminken, sondern vielmehr um eine einseitige Kommunikationsplattform, auf der YouTuber/innen über verschiedene Lebensbereiche, die weit über Make-up hinausgehen, sprechen. Durch die Illusion einer Gesprächssituation und insbesondere durch die Preisgabe vorgeblich exklusiv-privater Inhalte entstehe dabei nach Hill der Eindruck einer intimen Verbindung zwischen Rezipient/en/innen und YouTuber/n/innen. Die kommunikativ erzeugte private Vertrauensbasis werde dabei zu ökonomischen Zwecken (also Werbeeinnahmen, Vermarktung präsentierter Produkte) instrumentalisiert, vermittele aber auch bestimmte Normen und Standpunkte. Hill geht davon aus, dass Siegfried Kracauers These, die Gesellschaft sei primär durch ihre Betrachtung im medialen Spiegel zu verstehen¹⁷ – bei Kracauer in Bezug auf das Kino, heute bezüglich Computern, Tablets, Smartphones etc. –, nach wie vor gültig sei. Dabei würden die dominanten YouTuber/innen ihren Rezipient/en/innen zuvorderst eine homogene, nahezu totalitäre Norm oberflächlicher, heteronormativer Ästhetik vermitteln, während YouTube gleichzeitig – aufgrund der demokratischen Teilhabestruktur der Plattform – gesellschaftlich marginalisierten Gruppen (wie zum Beispiel Transgender-Personen) zu neuer

15 S. 324.

16 S. 325.

17 Vgl. Kracauer 2004: S. 99, 102.

Sichtbarkeit verhehle. Diese Gruppen hätten durch dieses Medium eine neue Möglichkeit, sich geltenden Schönheits- und Geschlechternormen zu widersetzen und entsprechende Interessengruppen und Gemeinschaften aufzubauen.

Die von Bärbel Harju in ihrem Aufsatz diskutierten digitalen Kunstprojekte bewegen sich – wie bei Fassio und Hill – in einem Spannungsfeld von Privatheit und deren (instrumentalisierter) Inszenierung, nähern sich der Frage nach dem Privaten jedoch vorrangig auf *reflexiver* Ebene. In ihrem Aufsatz »*The Glass Room*« – *Privatheit in digitalen Kunstprojekten* fokussiert die Autorin künstlerische Auseinandersetzungen mit dem »spannungsgeladene[n] Verhältnis von Privatheit und Öffentlichkeit«¹⁸. Während in Herrndorfs Blog die Grenze zwischen Privatem und Öffentlichem prinzipiell noch intakt bleibt, da dieser aus der Grenzüberschreitung seinen Ereignischarakter gewinnt und es die Strategie der *Get Ready With Me*-Videos ist, die Inszenierung des Privaten gerade nicht als solche offenzulegen, offenbart sich in den von Harju diskutierten Kunstprojekten zum Teil eine bewusste Abkehr von der scharfen Trennung der Sphären. Zwar sei Privatheit nach Harju seit jeher ein in der Kunst verhandeltes Thema, gerade in Zeiten des viel diskutierten Schwindens der Privatheit im digitalen Raum werde jedoch nach neuen Konzeptionen und Vorstellungen im Umgang mit der Thematik gesucht. Mit einer flexibleren und differenzierteren Sichtweise, welche die strikte Trennung beider Bereiche hinter sich lasse, begegneten die Künstler/innen den durch den digitalen Wandel bedingten massiven Veränderungen des Feldes. So zeigten die Projekte: Was ehemals als privat verstanden wurde (beispielsweise der Schutz persönlicher Daten), müsse nicht notwendige Bedingung eines privaten Lebens bleiben.

Im abschließenden Beitrag »*Transparente Individuen im intransparenten System*« – *Das Spannungsfeld von Privatheit und Digitalisierung in Marc-Uwe Klings Roman QualityLand*« analysiert Jakob Kelsch ebenfalls eine mediale Privatheits-Reflexion. Im Gegensatz jedoch zu den in Harjus Beitrag untersuchten künstlerischen Reflexionen realer Gegebenheiten, setzt sich Kelsch mit einer populärkulturellen Technikfiktion und den dort geschilderten Auswirkungen der Digitalisierung auf die Dimensionen von Privatheit nach Beate Rössler¹⁹ auseinander. In Klings satirisch-dystopischer Zukunftsvision *QualityLand* werde das Leben der Bürger/innen des gleichnamigen fiktiven Staates bis in die intimsten Bereiche hinein durch Algorithmen erfasst und bestimmt. Privatheit, zumindest im konventionellen Verständnis, sei dabei kein Teil des alltäglichen Lebens mehr, sondern müsse unter großen Anstrengungen erkämpft werden. Anstrengungen, die zugunsten der Bequemlichkeit durch die Personalisierung, die sich aus der totalen Preisgabe persönlicher Daten an Großkonzerne ergebe, jedoch kaum mehr

18 S. 354.

19 Vgl. Rössler 2001: S. 24f.

unternommen würden. Kelsch betrachtet Klings Darstellung dabei als eine Fortführung aktueller Entwicklungen wie der Einführung eines *social credit systems* in China oder der Diskurse zur Bildung von Filterblasen und Echokammern. Dementsprechend sei Klings Roman zwar eine satirisch überspitzte Verarbeitung der Thematik, im Kern aber als kritischer Fingerzeig auf heutige Tendenzen bzw. als eine weiterspinnene Reflexion selbiger zu verstehen.

Bedingt die Digitalisierung nun also eine Zäsur der Vorstellungen und kulturellen Verhandlungen von Privatheit? Innerhalb dieser Sektion zeigt sich, dass selbst vermeintlich private Prozesse der Mediennutzung, wie das Lesen, aktuell einen Wandlungsprozess hin zu einer Semi-Öffentlichkeit durchlaufen – wie Kuhn aufzeigt, oft ohne Bewusstsein der Mediennutzer/innen. Auf die Frage, inwieweit es sich hier tatsächlich um ein ›Schwinden‹ des Privaten handelt oder vielmehr um eine durch neue mediale Formen bedingte, komplexe Grenzverschiebung, wie sie sich in der Mediengeschichte schon häufiger fand, ohne dass dies mit einer grundsätzlichen Grenzauflösung oder einem Verlust von diesbezüglicher Unterscheidungsfähigkeit der Rezipient/en/innen einhergegangen wäre,²⁰ können die übrigen Aufsätze eine partielle Antwort geben. In der Vieltätigkeit der medialen Privatheitsverhandlungen zeigt sich nach wie vor der hohe Stellenwert des Privaten im kulturellen Kontext: Künstlerisch-intendierte Inszenierungen und Reflexionen verhandeln Privates öffentlich (vgl. die Beiträge von Fassio, Harju und Kelsch). Dadurch stellen sie die zwangsläufige Ambivalenz der Grenzziehung zwischen Öffentlichkeit und Privatheit heraus und beleuchten mögliche zukünftige Entwicklungen. Überdies instrumentalisieren die in dieser Sektion untersuchten YouTube-Videos Privatheit als Teil einer bewussten Inszenierungsstrategie und machen sie zum Träger und Kapital einer persönlichen ›Vermarktung‹ (vgl. die Beiträge von Rebane und Hill). Nur auf den ersten Blick, zumindest in Hinblick auf die hier betrachteten medialen Phänomene, folgt aus der Digitalisierung eine unreflektierte Aufgabe dessen, was vormals als privat angesehen wurde.²¹ Primär zeigen die untersuchten Phänomene einen Wandel der medialen Kontexte, in denen Privatheit funktionalisiert und problematisiert wird. Nicht erst seit dem Aufkommen digitaler Medien, sondern bereits deutlich vor der Einführung des Internets und der Verbreitung des Heimcomputers wurde das Ende der Privatsphäre immer wieder aufs Neue prophezeit²². »Das Private

20 So führt Petra Grimm am Beispiel des Reality TVs aus, dass Medien »Intimes in einer der medialen Öffentlichkeit adäquaten Form – sozusagen ›para-intim‹ – präsentieren.« Dementsprechend sei hier nach wie vor von einer Unterscheidbarkeit der beiden Bereiche auszugehen, da die Inszenierung einer Grenzüberschreitung die anhaltende Identifizierbarkeit der Grenze voraussetze (Grimm 2002: S. 368).

21 Wie es die Rede von der scheinbar unbedachten bzw. sorglosen Preisgabe privater Daten auf sozialen Medien (vgl. Zöllner 2012: S. 12) nach wie vor suggeriert.

22 Vgl. Kammerer 2014: S. 244f., S. 255f.

wird an seinem Beginn bereits zur Vergangenheit erklärt²³, so Dietmar Kammerer. In diesem Sinne skizzieren die Beiträge dieses Kapitels eher Grenz- und Bedeutungsverschiebungen als absolute Transformationen und verdeutlichen erneut die integrale Verflechtung von Privatheit und Medien.

Literatur

- Balkan, Aral 2016: *Wir sind alle Cyborgs*. In: ZEIT ONLINE. 07.03.2016. URL: <https://www.zeit.de/digital/mobil/2016-03/digitalisierung-big-data-soziale-netzwerke-ueberwachung-umgang-digital-denken> (zuletzt abgerufen am: 18.03.2019).
- Beer, Nicola 2015: *Ein zentraler Ort für alle meine Daten*. In: ZEIT ONLINE. 17.04.2015. URL: <https://www.zeit.de/politik/deutschland/2015-04/fdp-digitalisierung-datenschutz-nicola-beer> (zuletzt abgerufen am: 18.03.2019).
- Bourdieu, Pierre 1989: *Social space and symbolic power*. In: *Sociological Theory*. 7.1., 1989, S. 14-25.
- Bourdieu, Pierre 1986: *The forms of capital*. In: Richardson, John G. (Hg.): *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. Westport, S. 241-258.
- Floridi, Luciano 2015: *The Onlife Manifesto*. Cham u. a.
- Grimm, Petra 2002: *Die Illusion der Realität im Labyrinth der Medien. Die Konstruktion von Authentizität an der Grenze von Fiction und Non-Fiction*. In: Krah, Hans/Ort, Claus-Michael (Hg.): *Weltentwürfe in Literatur und Medien. Phantastische Wirklichkeiten – realistische Imaginationen*. Kiel, S. 361-382.
- Heller, Christian 2011: *Post-Privacy. Prima leben ohne Privatsphäre*. München.
- Hennig, Martin u. a. 2014: *Medien und Privatheit. Einleitung*. In: Garnett, Simon u. a. (Hg.): *Medien und Privatheit*. Passau, S. 9-25.
- Johnson, Bobbie 2010: *Privacy no longer a social norm, says Facebook founder*. In: *The Guardian*. 11.01.2010. URL: <https://www.theguardian.com/technology/2010/jan/11/facebook-privacy> (zuletzt abgerufen am: 18.03.2019).
- Kammerer, Dietmar 2014: *Die Enden des Privaten. Geschichten eines Diskurses*. In: Garnett, Simon u. a. (Hg.): *Medien und Privatheit*. Passau, S. 243-258.
- Kracauer, Siegfried 2004: *The Little Shopgirls Go to the Movies (1927)*. In: *German Essays on Film*. New York, S. 99-110.
- Krah, Hans 2012: *Das Konzept »Privatheit« in den Medien*. In: Grimm, Petra/Zöllner, Oliver (Hg.): *Schöne neue Kommunikationswelt oder Ende der Privatheit? Die Veröffentlichung des Privaten in Social Media und populären Medienformaten*. Stuttgart, S. 127-158.

23 Kammerer 2014: S. 256.

- Müller, Giorgio 2018: *Wer rettet unsere Privatsphäre?* In: *Neue Zürcher Zeitung*. 14.07.2018. URL: <https://www.nzz.ch/meinung/wer-rettet-unsere-privatsphaere-ld.1403466> (zuletzt abgerufen am: 18.03.2019).
- Rössler, Beate 2001: *Der Wert des Privaten*. Frankfurt a.M.
- Schaar, Peter 2007: *Das Ende der Privatsphäre. Der Weg in die Überwachungsgesellschaft*. München.
- Schwan, Ben 2010: *Facebook-Gründer Zuckerberg. Privatsphäre ist »überholt«*. In: *taz.de*. 11.01.2010. URL: www.taz.de/!5149667/ (zuletzt abgerufen am: 18.03.2019).
- Warren, Samuel D./Brandeis, Louis D. 1890: *The Right to Privacy*. In: *Harvard Law Review*. 4.5., 1890, S. 193-220.
- Zöllner, Oliver 2012: *Schöne Neue Kommunikationswelt oder Ende der Privatheit? Eine Einführung in das Buch*. In: Grimm, Petra/Zöllner, Oliver (Hg.): *Schöne neue Kommunikationswelt oder Ende der Privatheit? Die Veröffentlichung des Privaten in Social Media und populären Medienformaten*. Stuttgart, S. 7-26.