

Hans-Dieter Kübler

Patrik Ettinger, Mark Eisenegger, Marlis Prinzing und Roger Blum (Hg.): Intimisierung des Öffentlichen: Zur multiplen Privatisierung des Öffentlichen in der digitalen Ära

2020

<https://doi.org/10.25969/mediarep/14900>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Kübler, Hans-Dieter: Patrik Ettinger, Mark Eisenegger, Marlis Prinzing und Roger Blum (Hg.): Intimisierung des Öffentlichen: Zur multiplen Privatisierung des Öffentlichen in der digitalen Ära. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 38 (2020), Nr. 2-3, S. 172–173. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/14900>.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Creative Commons - Namensnennung 3.0/ Lizenz zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu dieser Lizenz finden Sie hier:

<http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>

Terms of use:

This document is made available under a creative commons - Attribution 3.0/ License. For more information see:

<http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>

Medien/Kultur

Patrik Ettinger, Mark Eisenegger, Marlis Prinzing und Roger Blum (Hg.): Intimisierung des Öffentlichen: Zur multiplen Privatisierung des Öffentlichen in der digitalen Ära

Wiesbaden: Springer 2019, 313 S., ISBN 9783658240516, EUR 42,99

Schon seit Ende der 1990er Jahre vertrat der Zürcher Kommunikationswissenschaftler Kurt Imhof die These, dass Medien generell Privatisierung und Intimisierung des Öffentlichen bewirken, so bemerkt Mark Eisenegger, der ebenfalls an der Universität Zürich Kommunikationswissenschaft lehrt, hier in der Einleitung. Dem 2015 verstorbenen Imhof zu Ehren luden seine akademischen Wegbegleiter_innen im Dezember 2016 zu einer Fortführung dieser Thematik nach Luzern ein. Der vorliegende Sammelband veröffentlicht nun die sechzehn dort vorgetragenen Beiträge. Schon seit jeher, sei es seit der Antike, sei es seit der Aufklärung, verändern sich Grenzen und Zuordnungen von Privatheit und Öffentlichkeit, sie sind also nicht statisch, sondern historisch-dynamisch, auch in normativer Hinsicht, wie beispielsweise Habermas sie für die ‚bürgerliche Öffentlichkeit‘ 1962 rekonstruierte. Als elementare Kernbereiche glaubt Eisenegger Folgendes ausmachen zu können: Öffentlichkeit gelte als „Voraussetzung einer legitimen sozialen Ordnung“ (S.1) und werde in der alltäglichen Lebenswelt, in der Rechtsprechung und in der gesellschaftlichen Kultur selbstverständlich vorausgesetzt. Die Privatsphäre hingegen firmiere „abseits von Rollenzwän-

gen“ (S.3) und erlaube ungestört von der gesellschaftlichen Außenwelt die Realisierung individueller Lebensentwürfe. In ihrem Kern sei das Intime als so genannte „Subjektinnerlichkeit“ (S.2) angesiedelt, um die „Primärbeziehungen (Liebes- und Familienbeziehungen, enge Freundschaften)“ (ebd.) sowie „Intimitätsgemeinschaften“ (ebd.) angelagert sind, die durch starke Normen der Loyalität und der Authentizität geprägt seien (vgl. ebd.). In einem seiner letzten Essays zeichnet Imhof in diesem Band noch einmal diesen Dualismus in sozialhistorischer Perspektive nach und diagnostiziert für die Privatsphäre einen steigenden Konformitätsdruck, den die öffentlichen Medien ausüben. Der zweite einführende Beitrag des Zürcher Soziologen Patrik Ettinger fokussiert die anhaltenden Grenzüberschreitungen und -verschiebungen zwischen Öffentlichkeit und Privatheit und befürchtet einen wachsenden Relevanz- und Realitätsverlust, wenn das Intime weiterhin derart das Öffentliche dominiert.

Die folgenden vierzehn Beiträge entwickeln unterschiedlich plausible Definitionen, mögliche Wechselbeziehungen, und beschreibbare Grenzziehungen, ohne dabei zu überzeugenden oder gar konsensuellen Lösungen zu

kommen. Subsumiert sind sie unter vier thematischen Schwerpunkten: Der erste führt besagte Diskurse über Grenzziehungen weiter; der zweite thematisiert die „Etablierung des Privaten in den traditionellen Medien“ und fügt eine historische Perspektive hinzu; der dritte betrachtet die „Intimisierung des Öffentlichen durch Social Media“; der vierte befasst sich mit dem (vermeintlichen) „Rationalitätsverlust der politischen Kommunikation“; ein abschließender medienethischer Essay plädiert für „digitale Aufklärung“ und eine „Digital-Charta“, um normative Orientierungen zu bieten. Partiiell oder exemplarisch konkretisiert werden diese Themen von empirischen Fallstudien meist qualitativer Art: etwa von einer Inhaltsanalyse der so genannten Fan Fiction, in denen das Verhältnis von privat und intim neu ausgehandelt wird; oder von der Studie zu Veränderungen des Tourismus am Beispiel der Home-Sharing Plattform Airbnb. Auch die beiden Studien über traditionelle Medien rekurrieren auf empirische Erhebungen: Eine umfassende Inhaltsanalyse Schweizer Leitmedien zeigt, dass Personalisierung und Intimisierung bei jenen Medien und Genres verstärkt vorkommen, die sich kommerziellen Medienlogiken beugen. Ferner wird mittels einer Langzeitstu-

die über deutsche Medien dargestellt, wie sich Selektions-, Präsentations- und Interpretationsregeln massenmedialer Erzeugnisse einer Spirale der Aufmerksamkeit unterwerfen. Weitere Artikel behandeln den Verlust der Informationskontrolle, Potenziale und Risiken des Datenjournalismus sowie Modalitäten der Bildkommunikation auf Instagram und intime Veröffentlichungen von Jugendlichen in sozialen Medien. Außerdem werden kommunikative Dimensionen des Populismus, Anteile der etablierten Medien zur Verbreitung kollektiver Ängste und endlich zwiespältige Einflüsse emotionaler und intimer Kommunikation auf Öffentlichkeit und Demokratie thematisiert. Insgesamt sollen die Beiträge dazu anregen, „von statischen, simplifizierenden Konzepten des Öffentlichen/Privaten“ (S.10) Abstand zu nehmen und sich den wachsenden analytischen wie realen Herausforderungen in Gesellschaft und öffentlicher Kommunikation zu stellen, wie der Herausgeber Eisenegger eingangs postuliert. Aber wer verfiht jene denn noch, lässt sich einwenden, seit den längst vielfältig und kontrovers geführten Diskussionen, die auch mit diesem Band keinen Abschluss finden werden?

Hans-Dieter Kübler (Werther)