

# Tyrannie der Intimität?

SEIT DEN SECHZIGER JAHREN HAT DAS "PRIVATE" IM "ÖFFENTLICHEN" EINE ERSTAUNLICHE KARRIERE GEMACHT. IM POLITISCHEN WETTBEWERB WIRD AUF PERSONALISIERUNG GESETZT, UND IN DEN ELEKTRONISCHEN LOKALMEDIEN ERLEBEN WIR EINEN SIEGESZUG DER FAMILIÄR-INTIMEN KOMMUNIKATION. BEGONNEN HAT DIESE ENTWICKLUNG MIT EINER ENTTABUISIERUNG DES REDENS ÜBER DEN TOD.

## *Kurt Imhof*

Der Dualismus zwischen dem "Öffentlichen" und dem "Privaten" gehört seit der klassisch-griechischen Philosophie zu den wirkmächtigsten Differenzierungskriterien, die der Unterscheidung von Seinsordnungen dienen.<sup>1</sup> Nun interessiert hier nicht die umfassende Bestimmung dessen, was dieser Dualismus in der Moderne für Bedeutungsschichten enthält (Arendt 1981; Hölscher 1979; Sennett 1983; Imhof 1993a: 45-68; 1998: 11-16).<sup>2</sup> Für die folgenden Ausführungen genügt der kleinste gemeinsame Nenner des Begriffsverständnisses von Öffentlichkeit und Privatheit: Der konstitutive Kern der Öffentlichkeit in modernen Gesellschaften ist das Mediensystem. "Öffentlich" ist entsprechend das, was allgemein zugänglich ist. Als innersten Kern der Privatheit bestimme ich demgegenüber das, was nur dem Individuum selbst privilegiert zugänglich ist: seine subjektive Innerlichkeit.

Was allgemein zugänglich ist, wird vermittelt durch das Mediensystem, vorab durch diejenigen Leitmedien, die sich an ein Massenpublikum richten und damit die Arena der öffentlichen Kommunikation und des gesellschaftlich relevanten Aufmerksamkeitswettbewerbs konstituieren. Alltagssprachlich beziehen sich die Mitglieder der Gesellschaft primär darauf, wenn von Öffentlichkeit oder von "den Medien" die Rede ist.<sup>3</sup> Im Aggregat bildet die öffentliche Kommunikation dieser Leitmedien das Medium der Selbstreferenz moderner Gesellschaften. Als solches dient die Öffentlichkeit als Vermittlungsarena moderner, polykontextoraler Gesellschaften der Herstellung konvergenter Relevanzstrukturen, indem sie diejenigen Themen selegiert, die um kontextübergreifende Aufmerksamkeit kandidieren. Sie ermöglicht die Beobachtung der Gesellschaft durch die Gesellschaft, und sie dient der Kontrolle des politischen Systems.

Innerster Kern der Privatheit sind Gefühle, Eindrücke, Affekte und Assoziationen. Privat ist entsprechend all das, was wir als *Ausdruck* dieser nur privilegiert zugänglichen Innerlichkeit betrachten: die *Expression* von Gefühlen, Eindrücken, Affekten und Assoziationen. Die Expression subjektiver Innerlichkeit dient der Herstellung oder Aufrechterhaltung von *Vertrautheitsbeziehungen*, also von Gemeinschaftlichkeit, und findet gewöhnlich in "privaten" Situationen statt. Diese Situationen bilden den sozialen Raum, an dem solche privaten Entäusserungen folgenreich auf Resonanz stossen können.

Diese pragmatische Definition des "Öffentlichen" als alles, was *allgemein zugänglich ist* und des "Privaten" als alles, was *der Konstitution von Vertrautheitsbeziehungen dient*, bedingt, dass *das "Private" öffentlich sein kann*. Immer dann nämlich, wenn die Expression von Gefühlen, Eindrücken, Affekten und Assoziationen allgemein zugänglich ist und damit aus dem sozialen Raum, in dem private Kommunikation seine Funktion erfüllt, hinaustritt.

Öffentlichkeit ist das allgemein Zugängliche: das Mediensystem; privat ist das individuell Zugängliche: die subjektive Innerlichkeit

Das Private dient der Schaffung von Vertrautheitsbeziehungen

Diesen öffentlichen Ausdrucksformen der nur privilegiert zugänglichen Innerlichkeit gilt nun das Interesse und eine These: Das Radio ist – insbesondere in Gestalt der Lokalradios – das wichtigste Medium bei der Mutation des “Privaten” in das “Öffentliche”. Auf den Spuren der Boulevardzeitungen betreibt das Begleitmedium Radio am stärksten eine *Imagination von Gemeinschaft in der Gesellschaft* über eine kommunikative Praxis, die eine gefühlsmässige, also emotionale Bindung anzielt und damit aus dem Publikum kommunikativ eine Hörergemeinde zu formen sucht, die Privatem lauscht. Diese Eroberung des Öffentlichen durch das Private, deren tägliche Ohrenzeugen wir sind, ist der vorläufige Höhepunkt einer Entwicklung, die ganz anders begann: Am Anfang der Karriere des Privaten im Öffentlichen steht der *Tod*.

Lokalradio ist das wichtigste Medium bei der Mutation des Privaten ins Öffentliche

Ich werde dies in zwei Schritten ausführen: Um die Lokalradios als Speerspitze der Durchdringung der öffentlichen Kommunikation durch private Entäusserungen zu entdecken, gilt es *erstens* hinter den jüngsten “Strukturwandel der Öffentlichkeit” zurückzugehen, d.h. in die fünfziger und frühen sechziger Jahre. Dabei interessiere ich mich – am Beispiel der Schweiz – für *die Form und die Bedeutung von Kommunikationen, die Gefühle subjektiver Innerlichkeit zur Geltung bringen oder solche zu Erwecken beabsichtigen* in der Ära der Parteizeitungen und des öffentlich-rechtlichen Integrationsrundfunks (1.). Zweitens gilt dann die Aufmerksamkeit der Karriere des Privaten im Öffentlichen und ihrer tiefgreifenden Wirkung auf die Kommunikationsformen der Gegenwart (2.).

#### DIE ÄRA DER PARTEIZEITUNGEN UND DES INTEGRATIONSRUNDFUNKS

Die “Öffentlichkeit” hat sich in vergleichsweise kurzer Zeit radikal verändert. Der Übergang von der Ära der Parteizeitungen und des öffentlich-rechtlichen Integrationsrundfunks zu einem ausdifferenzierten Mediensystem erfolgte in der Schweiz in den sechziger Jahren.<sup>4</sup> Die schweizerische Parteipresse davor ist gekennzeichnet durch die *wechselseitige Resonanz*, welche die politische Kommunikation bei diesen Organen findet. Der Kampf um die “öffentliche Meinung” wird durch “Weltanschauungsorgane” bestritten, deren Redaktionen den intellektuellen “Stab” der Parteien und Verbände bilden. Die in diesen Zeitungen geführte politische Kommunikation gestaltet sich als *virtuelle Versammlungskommunikation*, weil die Redaktionen im politischen Meinungsstreit sich wechselseitig als *pars pro toto* des politischen Gegners wahrnehmen, in polemischem Diskurs aufeinander reagieren und Ereignisinterpretationen und politische Themen zu besetzen suchen. Die auf diese Weise geführte Kommunikation lässt sich beschreiben als *publikumsoffene* Auseinandersetzung auf hohem Komplexitätsniveau. Die Rollen des Politikers und des Redaktors sind nur schwach differenziert. Der gesinnungsethische Journalismus basiert auf einem Selbstverständnis, das sich die Aufklärung des Publikums über politische Sachverhalte und gegnerische Absichten zur Pflicht macht. Da die Kommunikation interaktiv ist, das heisst, weil zum Publikum immer auch das Organ des politischen Gegners gehört und weil das politische Raisonement in eine “Weltanschauung” eingelassen ist, rekuriert dieser Journalismus *nicht* auf individuelle Meinungen, sondern vertritt *Gruppenpositionen* an der Front des Zeitgeschehens und setzt ausserordentlich hohe Anforderungen an die kognitiven Fähigkeiten des Publikums. Dieses Publikum wird als Souverän und nicht als Publikum von Medienkonsumenten angesprochen. Diese Form der öffentlichen Kommunikation schliesst den expliziten Ausdruck von privaten Gefühlen und persönlichen Vorlieben gänzlich aus. Die öffentliche Kommunikation ist in einem kognitiven und normativen Sinne politisch, d.h. sie ist auf Sachverhalte sowie Werte und Normen bezogen. Personen werden systematisch als strategisch agierende Interessenvertreter behandelt. Die wechselseitigen Deutungen der Handlungsmotive orientieren sich an der jeweiligen Schicht- und Gruppenzugehörigkeit, die in der politischen Kommunikation konsequent mit einer der Grossideologien der Moderne (Konservatismus, Sozialismus, Liberalismus) in Beziehung gesetzt wird. Die Debatten konzentrieren sich in oft polemischer Auseinandersetzung auf Sachverhaltsdarstellungen und Normen und Werte, jedoch *nicht* auf Expressionen subjektiver Innerlichkeit oder

Radikaler Wandel des Mediensystems in den 60er Jahren

Parteipresse: Äquivalent zur politischen Versammlung

Publikum wird als Souverän angesprochen, öffentliche Kommunikation ist politisch

# Spektrum

auch nur persönliche Eigenheiten des politischen Personals. Das Private ist noch nicht Bestandteil des Politischen, und dies schützt auch den politischen Gegner innerhalb einer Kommunikationskultur, in welcher der Verstoß gegen den *tabuisierten Bereich* des Privaten als unlautere Form des politischen Kampfes mit Prestigeverlust sanktioniert wird.<sup>5</sup>

Privates gehört nicht in die Öffentlichkeit

Wenn in dieser Ära der Parteipresse “Privates” “öffentlich” wurde, dann standen *nur vier Textsorten* zur Verfügung: *der Roman im Feuilleton, die Gerichtsberichterstattung, die Todesanzeige und der Nachruf*. Der Roman im Feuilleton vermittelte Privates oder eben Gefühle *nur* in der klassisch literarischen Form anhand der Schicksale von fiktiven Figuren. In der Gerichtsberichterstattung erschien Privates *nur* als Darstellung von Motiven, also in einer Form, die für die Urteilsfindung von Belang ist. In der Todesanzeige waren private Gefühle der Trauer und der inneren Verbindung mit dem Verstorbenen *nur* in hoch ritualisierter Form – zumeist in Gestalt von Bibelzitat – zulässig. Einzig der Nekrolog war eine Textsorte, die es gestattete, eine im öffentlichen Leben wichtige Person “*ganzheitlich*”, also auch mit Bezug auf ihre persönlichen Vorlieben und Hoffnungen, ihre Familie und ihre privaten Beziehungsnetze darzustellen. Dies allerdings nur mit Vorsicht: Auch im Nachruf hatte das “öffentliche Wirken” im Vordergrund zu stehen.

Streng eingegrenzte Formen des privat-emotionalen Ausdrucks

Dieser *Tabuisierung* des Privaten im Öffentlichen beugten sich in der Schweiz auch die Forumszeitungen bzw. die Geschäftspresse.<sup>6</sup> Allerdings wurde hier das Tabu bereits brüchiger: Die Gerichtsberichterstattung, bzw. vorab die Darstellung von Mord und Totschlag wird sich als *Einfallstor* des Privaten im Öffentlichen entpuppen. In Form des Ausdrucks von Abscheu gegenüber dem Täter und der Tat und in Form von Empathie für das Opfer drängte in den fünfziger Jahren unübersehbar Subjektives – getarnt als Ausdruck allgemeiner Empörung – in die öffentliche Kommunikation.

Erste Tabubrüche bei Verbrechen und Gerichtssachen

Zu dieser strukturstabilen Phase der “Öffentlichkeit”, die in den sechziger Jahren endete, zählt auch das Radio, das sich seit den dreissiger Jahren als Integrationsmedium im öffentlich-rechtlichen Auftrag jeglicher parteipolitischer oder konfessioneller Propaganda und allem, “was die guten Sitten” verletzte, zu enthalten hatte (Schade 1994: 21-22). Das Radio verstand sich als *Integrationsrundfunk* mit *nationalem Auftrag*. Politisches Raisonement als solches fand im Radio nicht statt. Der “öffentlich-rechtliche” Radiojournalismus gründete in dem objektivistischen Selbstverständnis eines an Fakten orientierten Nachrichtenjournalismus *überparteilichen* Charakters. In diesem neutralisierten Journalismus gründeten wiederum die modernen Objektivitätsethiken des professionalisierten Journalismus.<sup>7</sup> Das föderalistische “Staatsradio” pflegte entsprechend einen Duktus, der abgestützt auf die Schweizerische Depeschagentur, das Weltgeschehen in streng objektivistischer Einstellung “offiziös” wiedergab. Kulturpolitisch bewährte sich das Radio mit aufklärerischem Selbstverständnis als “Lehrmeister der Nation” durch die Vermittlung von allerhand Wissenswertem (Mäusli 1994: 18-20), und es erfüllte eine wichtige Funktion in der Förderung des als anspruchsvoll geltenden einheimischen künstlerischen Schaffens. Als hoch akzeptiertes Monopolradio konnte der Landessender auf jegliche *Anbiederung* ans Publikum verzichten. Als Tabuzone galt auch hier das Private: Dementsprechend erschienen Affekte, Emotionen, Leidenschaften, Devianz und Absonderlichkeiten nur in der radioadäquaten Form der Literatur, im Hörspiel (Epkes 1994: 34-36), – in der Musik und ebenfalls im *Nachruf*.

Integrationsrundfunk mit ähnlicher Funktion wie Parteipresse

Literatur, Musik und Nachrufe als Zonen des Emotionalen

Die Geltung des “Privaten” im “Öffentlichen” lässt sich für die Ära der Parteizeitungen und des Integrationsrundfunks wie folgt zusammenfassen: Wenn man die klassisch-künstlerischen *Formen der Darstellung subjektiver Expressionen* im *Feuilletonroman*, im *Hörspiel* und in der *Musik* ausser acht lässt – was deshalb legitim ist, weil die bürgerliche Öffentlichkeit zunächst als literarische in die Welt kommt (Habermas 1984) – dann ist die Kulturgeschichte des Privaten im Öffentlichen zunächst eine Geschichte des *Todes, der Todestrauer sowie des Mordes und des Totschlags*. Über

Über den Tod wird das Private öffentlich

den *Tod* wird das Private öffentlich, und der Tod ist auch das Einfallstor für die beispiellose Karriere des Privaten im Öffentlichen *nach* der Ära der Parteizeitungen und des Integrationsrundfunks. Zunächst findet das Morbide in der Boulevardzeitung sein eigentliches Medium. Mit ihm auch die Expression des *Entsetzens*, der *Abscheu* und der *Angst*. In der Expression der stärksten Gefühle subjektiver Innerlichkeit erodiert das Tabu des Privaten. Dieser Übertragbarkeit von Gefühlen subjektiver Innerlichkeit verdankt sich die Faszination des Privaten: Sachverhaltsdarstellungen und Dispute über Werte und Normen gilt es in einem kognitiven Akt nachzuvollziehen; Gefühle hingegen werden " *gespürt*", sie stellen sich nicht als Einsicht in die Logik einer Argumentation dar, sondern als *Empfindung*.

Boulevard als  
Medium des  
Morbiden

Die Geschichte des Privaten im Öffentlichen, die gleichzeitig mit dem beschleunigten "Strukturwandel der Öffentlichkeit", das heisst, mit der Ausdifferenzierung eines parteiunabhängigen Mediensystems, dem Aufstieg des Fernsehens und mit dem Schwund der Parteiliche beginnt, ist damit nicht zu Ende (Kriesi 1994; Saxer 1989, 1993: 81-104; Blum 1993: 223-236, 1994; Ernst 1996: 60-72; Imhof 1996b: 3-25, 1996c: 165-186; Müller-Doohm 1998: 471-485). Ihre Fortsetzung ist die *Emanzipation* des Ausdrucks privater Gefühle vom Tod.

#### DIE KARRIERE DES PRIVATEN IM "ÖFFENTLICHEN"

In diese Periode zwischen den sechziger und den achtziger Jahren fällt in der Schweiz die Karriere des "Privaten" im "Öffentlichen" und seine Emanzipation vom Tod. Dabei können drei Quantensprünge unterschieden werden: einer auf dem Boulevard, einer im gehobenen Journalismus und einer in den elektronischen Medien, vorab im Radio.

Quantensprünge  
im Öffentlich-  
machen des  
Privaten

*Zuerst* führt die Suche nach dem "Privaten" auf den Boulevard: Mord und Verbrechen werden erst in der schweizerischen Boulevardzeitung "Blick" – also ab den sechziger Jahren – zu einer eigenen journalistischen Gattung und lösen sich von der klassischen Gerichtsberichterstattung ab.<sup>8</sup> Wenn man die quantitativ grössten Medienereignisse pro Jahrgang des "Blick" analysiert, dann wird ersichtlich, dass die hochemotionale Darstellung von Verbrechen (vorzugsweise Mord) zu den absolut dominierenden Themen zählt.<sup>9</sup> Genauso wie in Deutschland manifestiert sich hier eine ruckartige Grenzverschiebung zwischen dem Öffentlichen und dem Privaten. In beiden Ländern können – so zeigt etwa der Fall Brühne 1962 (Requate 1998: 55-67) – Kriminalprozesse Anlass von gewaltigen Kommunikationsverdichtungen werden, deren intermediale Resonanz sich nur durch die Enttabuisierung des Privaten erklären lässt.

Kriminalfälle, Le-  
benshilfe und Pro-  
minentenklatsch  
fördern die Entta-  
buisierung des  
Privaten

*Zusätzlich* erreicht die Expansion des "Privaten" im "Öffentlichen" im *Prominentenjournalismus* und in *Lebenshilfserien* einen neuen Höhepunkt. Der von der nicht täglich erscheinenden *Regenbogen- und Illustriertenpresse* übernommene emotionale und dem Modus des Klatsches gehorchende Prominentenjournalismus sprengt die Verankerung des "Privaten" im Tod durch eine andere lebensbiographische Zäsur: *die Prominentenhochzeit*. Bereits im ersten Jahrgang des "Blick" ist die Hochzeit von "Margaret" und "Tony" das sechstgrösste und die Heirat von "Baudoin" und "Fabiola" das neuntgrösste Medienereignis. Der erste Emanzipationsschritt des Privaten vom Tod ist damit erreicht: die *Hochzeit* – vorab in Adelshäusern – tritt an die Seite von Mord und Totschlag. Wieder sind es die "starken" Gefühle über die sich die Faszination des Privaten medial durchsetzt.

Mindestens ebenso bedeutsam wie die Prominentenheirat sind für die Geschichte des "Privaten" im "Öffentlichen" die *Lebenshilfserien*. In ihnen fällt eine weitere Schranke: Die medienwirksame Kolorierung von Expressionen subjektiver Innerlichkeit ist darin nicht mehr länger auf die heiratenden Prominenten oder auf Täter und Opfer von Gewaltverbrechen beschränkt, sondern auf *alle Normalsterblichen*. Allerdings konzentrieren sich die Lebenshilfserien im Unterschied zur Prominentenhochzeit auf die negativen Gefühle: Ängste, Nöte und die Sorgen des Mannes und vor allem der Frau auf der Strasse werden nun zum öffentlichen Thema. Allerdings: Noch wird die

Sittliche Modera-  
tion der Inner-  
lichkeit durch  
Berater/innen

# Spektrum

subjektive Innerlichkeit moderiert, das heisst, sie wird durch Lebenshilfeberaterinnen und -berater sittlich kontrolliert und auf eine verallgemeinerungsfähige Ebene gehoben. Doch immerhin: Die Kulturgeschichte des Privaten im Öffentlichen hat sich auf dem deutschschweizerischen Boulevard der sechziger Jahre sprunghaft entwickelt: *vom Tod über die Prominentenheirat bis zur moderierten Lebenshilfe für alle Sterblichen*. Die Klatschspalten und die Personalisierung des Politischen im Nachrichtenjournalismus der Boulevardmedien sind auf dieser Basis nur noch Folgeinnovationen.

*Zweitens*: Die Kulturgeschichte des "Privaten" im "Öffentlichen" ist ohne Rekurs auf die kulturrevolutionären sechziger Jahre nicht zu beschreiben. Erst mit der achtundsechziger-Bewegung wird programmatisch *das Private politisch* und beansprucht damit erstmals *gesamtgesellschaftliche Geltung*. In dieser vielleicht revolutionärsten Innovation der Protestbewegungen der späten sechziger und frühen siebziger Jahre wird die Sprengung der "bürgerlichen Intimsphäre" zum Königsweg der Befreiung von der *Entfremdung im bürgerlichen Kapitalismus*. An der sogenannten "Sexfront" wird die in *Scham* gepackte Sexualität und die Liebe, zum *öffentlichen Thema* und wahrhaft kulturrevolutionär: zur öffentlichen Praxis. Gleichzeitig wird das als politisch entdeckte Private Bestandteil einer Geschichtsphilosophie, weil die Befreiung des Privaten von all seinen bürgerlichen Verklemmungen der Revolution den Weg zu bereiten hat. Damit erobert das Private erstmals die Zukunft: Beim Nachruf, bei der Gerichtsberichterstattung und bei der Darstellung von Mord und Totschlag bezog sich die Enthüllung subjektiver Gefühle auf vergangene Ereignisse. Mit der Lebenshilfe wird das "Private" vorsichtig gegenwärtig, jedoch erst mit der "Sexfront" erobert es die Zukunft.

Die 68er Bewegung propagiert die Politisierung des Privaten

Nun bildete freilich die Thematisierung der Sexualität nur die provokative Speerspitze einer tiefgreifenden Kulturkritik, die – am wirkmächtigsten durch Herbert Marcuse – in der instrumentellen Rationalität der Moderne den Kern der Entfremdung des Menschen von sich selbst ebenso entdeckte, wie die als diskriminierend erachtete Dissoziation der Geschlechter in die Sphäre der "Öffentlichkeit" wie der "Privatheit". Mit anderen Worten: Die Freilegung der subjektiven Innerlichkeit galt als Bedingung zur Entfaltung menschlicher Kreativität wie der Elimination dieser Dissoziation. Die Kulturrevolution, die diese Perspektive auslöste, lässt sich an einem Begriff ermessen, der nun zu seinem Siegeszug ansetzt: die "Ganzheitlichkeit". Sie wird geboren als eine Rückgewinnung der Fähigkeit des Menschen, seine innere Natur zu entäussern, sich seiner *innersten Gefühle und Kreativitätspotentiale* bewusst zu werden, diese vom *Sozialisationschutz* zu befreien und sich dadurch zu emanzipieren. In dieser Form trat die neue Geltung des Privaten aus den Milieus der Aufbruchbewegungen hinaus und provozierte mannigfaltige Folgeinnovationen: Die Entblössung wurde zum verlässlichsten *Auflageerhöher* der Boulevardzeitungen und Illustrierten und in Form etwa der *Oswald-Kolle-Filme* zum *Kassenschlager* in den Kinos.

Entfremdung und Geschlechterverhältnis als öffentliche Themen

Siegeszug der "Ganzheitlichkeit"

In den Organen der neuen sozialen Bewegungen und vor allem in der kommunikativen Alltagspraxis der Bewegten konnte die neue Geltung des Privaten in den siebziger Jahren rasch zu einem reflexionsarmen "Bauchstalinismus" verkümmern, der es erlaubte, politische Themen auf der Basis von Gefühlsbezügen zu akzeptieren oder zu verdammen. Im Journalismus der gehobenen Tages- und Wochenpresse, im Dokumentarfilm und in der Radioberichterstattung konnten die journalistischen Gattungen des "Porträts", des "Interviews" und des "Features" den Entwicklungsschritt von der erlaubten Beschreibung des Privaten im Nekrolog zur hintergründigen Darstellung *lebender Persönlichkeiten* vollziehen. Auf diesem Weg drang auch die sensible Milieubeschreibung in die massenmediale Öffentlichkeit vor. Dies sind allesamt Entwicklungen, die sich parallel zur *Psychologisierung der Sprache* im gehobenen Hintergrundjournalismus entfalteten. Gleichzeitig beginnt die Instrumentalisierung des Privaten im Rahmen der Selbstinszenierung des politischen Personals: "Coram Publico Gefühl zu äussern" und der Einblick in die lebensweltlichen Innen-

Reflexionsarme Emotionalität in den 70er Jahren

Gefühlsäusserungen gehören seit den 70er Jahren zu öffentlichen Rollen

räume wird zur Rollenanforderung im Wettbewerb um mediale Aufmerksamkeit (Furedi 1998; Sarcinelli 1987, 1994; Jarren 1988, 1994, 1996; Keppler 1985). Im Zeichen der Erosion der Parteimilieus und deren Konkurrenzierung durch soziale Bewegungen verschieben sich nun sukzessive die Codes massenmedialer politischer Kommunikation. Während der *raisonnierende* politische Journalismus aus der Ära der Parteizeitungen zum Produkt von Qualitätsmedien für gehobene Zielgruppen wird, verliert die politische Kommunikation vorab in den Boulevard- und Forumsmedien ihren Gruppencharakter und fokussiert mehr und mehr das Persönliche bei den prominenten Vertretern des politischen Personals. Das den Parteimilieus entfremdete Publikum kann dadurch die für politische Wahl- und Sachentscheide komplexitätsreduzierende Eigenschaft der Milieuzugehörigkeit durch ebenso komplexitätsreduzierende Affinitätsbezüge zu Politikerfiguren ersetzen. In der charismafeindlichen Konkordanzkultur der Schweiz bedeutete dies den Einzug charismatischer Politiker, die sich auf einzelne emotional sensible Themen konzentrieren.

Boulevard- und Forumsmedien personalisieren das Politische

*Drittens:* Im Rahmen journalistischer Beschreibungslogiken lässt sich freilich die vollständige Durchdringung des “Öffentlichen” durch das “Private” nicht erreichen. Noch gilt es die letzten Schranken niederzureissen, die der subjektiven Innerlichkeit auf ihrem *medialen Offenbarungsweg* entgegenstehen. Der bis zur vollen Ausbildung des lokalen Regenbogen- und Affektfernsehens letzte Schritt dieses *medialen Outings* erreichte uns erst im Zug der Dualisierung der elektronischen Medien. Allen voran machte das Lokalradio mit seiner Flut von Hörer-Beteiligungssendungen, das mediale “Outen” von Jederfrau und Jedermann zum tragenden Konzept der Radio-Renaissance der achtziger Jahre (Schanne 1991). Das ursprüngliche Distanzmedium Radio (Neumann-Braun 1998: 77-92) macht uns seither als *Intimmedium* unerbittlich zu “Ohrenzeugen” unzähliger privater Zuneigungsbekundungen, von Gratulationsreigen hoch interaktiver Grusszirkel, von Liebeserklärungen und Hassbekundungen, von erotischen Phantasien ebenso wie von Beziehungserwürfnissen, Ängsten und Nöten. Und es macht uns zu Zuhörern eines offenbar unstillbaren privaten Spieltriebs (Burger 1991; Keil 1991; Wulff 1998: 68-76; Schanne/Kiener 1998: 93-99). Mehr noch: *Wir* können über das Radio unsere Wunschpartner suchen, indem wir unsere körperlichen und geistigen Vorzüge direkt der Welt mitteilen oder uns im Rahmen der unterhaltungsorientierten Moderation beliebig auf den Arm nehmen lassen. Noch herrscht allerdings eine gewisse Geschlechtssegregation in der Hörerbeteiligung: rund Dreiviertel aller “Radioaktiven” sind Anruferinnen, die Männer sind erst auf dem Weg zur Emanzipation; sie erscheinen noch etwas verklemmt in der neuen radiophonen Herrlichkeit.

Lokalradio fördert mit Beteiligungssendungen das mediale Outing

Das Lokalradio ist das erste Medium, das durch das “Private” erobert worden ist. Auf dieser Stufe der Durchdringung des “Öffentlichen” durch das “Private” ist die emotionsfreie Darstellung von Sachverhalten, Werten und Normen in der Defensive: Selbst die Wetterfrösche können sich beim Wetterbericht nicht enthalten, ein kommendes Hoch mit Ausrufen des Glücks und der Zufriedenheit anzukündigen und uns mit Bedauern das Herannahen eines Tiefs mitzuteilen. In dieser umfassenden Gefühlssuppe wird das Öffentliche privat, und damit gleicht sich die mediale Kommunikation der Gesprächskultur innerhalb von Primärgruppen an. Das öffentliche Medium “Radio” ist inmitten einer individualisierten, polykontextoralen Gesellschaft *familiär* geworden, und wir – seine Konsumenten – werden kommunikativ als Mitglieder einer Hörerfamilie vereinnahmt, die uns dann Beachtung schenkt, wenn wir regelmässig an den Beteiligungsendungen partizipieren. Dies verschafft uns Streicheleinheiten in Form von *Folgekommunikationen* durch andere, uns bekannte “Familienmitglieder” mit denen wir, weil sie unserem “Outing” lauschten, auch noch “real-privat” verkehren: sie rufen uns an, um uns mitzuteilen, dass sie uns zugehört hätten. Gemäss einer Hörerbeteiligungsstudie in Deutschland lassen sich dadurch hohe Erfolgsraten erzielen: 80 Prozent der aktiven Hörerinnen und Hörer erzielen die Gratifikation von real-privater Anschlusskommunikation (Neumann-Braun 1993: 160; vgl. auch Bonfadelli/Hättenschwiler 1989). In der

Sachdarstellungen werden emotionalisiert

Hörer-/Zuschauerbeteiligung mündet in Fixierung der Medien auf sich selbst

# Spektrum

Zwischenzeit wird die Hörerbeteiligung selbst den Lokalradios etwas zuviel: Bei der Privatisierung der Radiokommunikation wie bei derjenigen des Fernsehens ist eine Tendenz zum Selbstreferentiellen beobachtbar. Das Moderatorenpersonal überbietet sich wechselseitig im Selbstoffenbarungswettbewerb.

Die Karriere des "Privaten" im "Öffentlichen" ist – wie gezeigt – verhältnismässig kurz, aber wirkmächtig. Einst noch blosse vorsichtige "Ganzheitlichkeit" im Nekrolog öffentlicher Personen, einst noch Bibelzitat in den Todesanzeigen und einst noch geknüpft an die Gerichtsberichterstattung von Kapitalverbrechen, eroberte der öffentliche Ausdruck subjektiver Innerlichkeit in der kurzen Frist von rund 25 Jahren den medialen *Alltag*. In dieser Zeit ist der Ausdruck des Privaten im Öffentlichen – zumindest im Radio – von der Ausnahme zur Regel geworden. Mit dem öffentlichen Outing privater Gefühle aller Normalsterblichen und mit der Verwandlung der öffentlichen Kommunikation in die Primärgruppensprache hat die Karriere des Privaten in der radiophonen Öffentlichkeit – bis auf seine Visualisierung – alles erreicht.

Ausdruck von Innerlichkeit ist Medienalltag geworden

Mit den klassischen Kategorien von "Öffentlichkeit" und "Privatheit" lässt sich die massenmediale Kommunikation vorab in den Lokalradios nicht mehr beschreiben. Der Ausdruck privater Gefühle und der stattfindende Selbstoffenbarungswettbewerb im Massenmedium imaginieren Gemeinschaft in der Gesellschaft. Inmitten der metropolitenen, polykontextoralen Gesellschaft etabliert sich im Radio ein kommunikativer Code, der sich in der ständigen Balance zwischen Vertrautem und möglichst originell Abweichendem auf die Inszenierung und Selbstinszenierung des Intimen und des Persönlichen konzentriert. Dieser Kommunikationsmodus ist, radikaler noch als die Personalisierung in der Politik (Wehner 1998: 318-331), ein Code der Entdifferenzierung, der inmitten komplexer, differenzierter und von traditionellen Milieus entblösster Gesellschaften sowohl das kollektive Bedürfnis zur Inszenierung von Individualität erlaubt als auch kontextübergreifend anschlussfähig ist. Expressionen subjektiver Innerlichkeit können im Anschluss an Anthony Giddens' Disembedding-These (Giddens 1992) als "Rückbettungskommunikate" verstanden werden: Sie verbinden beliebige lebensweltliche Erfahrungskontexte, und sie sind erst noch diskursiv nicht hinterfragbar: Während Kommunikation über Sachverhalte und über Normen und Werte der Argumentation bedarf, sind Expressionen subjektiver Innerlichkeit gegenüber Argumentation immun. Subjektive Expressionen entziehen sich als Bestandteile der inneren Welt von Akteuren dem kognitiven oder moralischen Raisonement über Sachverhalte der gemeinsam geteilten objektiven bzw. über Werte und Normen der gemeinsam geteilten sozialen Welt. Gefühle, Eindrücke, Assoziationen, Bekenntnisse, Sympathien und Antipathien können durch die Zuhörer ausschliesslich hinsichtlich ihrer Wahrhaftigkeit validiert werden. Im Gegensatz zu "privaten Situationen", in welchen Vertrautheitsbeziehungen in der Regel diese Validierung erlauben, lässt sich das massenmediale "Outing" subjektiver Expressionen auf Seiten beliebiger Publika bloss zur Kenntnis nehmen oder nach ästhetischen Kriterien bezüglich der Inszenierungsqualität würdigen. Dadurch entgrenzen sich für die massenmedialen Selbstdarstellerinnen und Selbstdarsteller die Inszenierungsmöglichkeiten bis hin zur reinen Fiktion: Die Privatisierung des Öffentlichen oder die massenmediale Inszenierung subjektiver Innerlichkeit wird durch diese strukturelle Situation zur reinen Unterhaltung.

(Selbst-)Inszenierung des Intimen als neuer Code

Expression des Innerlichen vermittelt unverbindliche und nicht hinterfragbare Beheimatung

"Wahrhaftigkeit" kann in Medien nicht überprüft, sondern nur ästhetisch gewürdigt werden

Die Tabuisierung des Privaten, die wir dem bürgerlichen Öffentlichkeitsverständnis verdanken, hat, so indiziert nicht nur – aber vor allem – der Rundfunk, offensichtlich seine handlungsanleitende Kraft verloren. Mit der Elimination einer sozial definierten Privatsphäre wird das Öffentliche schlicht zu dem, was allen zugänglich ist und das Private wird je individuell zu demjenigen Bereich, den jeder und jede im Offenbarungswettbewerb noch zu verbergen trachtet (Young 1990). Was aber vollzieht sich im Rahmen eines komplexitätsreduzierenden und entdifferenzierenden Selbstoffenbarungswettbewerbs, wenn tendenziell alle von allen ins Vertrauen gezogen werden? Unter

Selbstoffenbarungswettbewerb: alle ziehen alle ins Vertrauen

Berücksichtigung der von Georg Simmel herausgearbeiteten Bedeutung des Geheimnisses für die Intensität von sozialen Beziehungen (Simmel 1993; Neckel 1996: 581-605; Imhof 1997) kann – so in einer interessanten Argumentation von Thomas Jung und Stefan Müller-Doohm (1998: 138-149) – die These vertreten werden, dass die “Tyrannei der Intimität” (Sennett 1983) in Form der Enttabuisierung sozial definierter Privatheit in Beziehungslosigkeit und Anonymität umschlägt. Die verhaltensnormierende Kraft der massenmedialen “indiskreten Geschwätzigkeit”, die in differenzierungstheoretischer Sicht als “Rückbettungskommunikation” betrachtet werden kann, führt in dieser Perspektive auf paradoxe Weise zur Atomisierung der Gesellschaft, weil die Subjekte mit dem Verlust ihrer privaten Geheimnisse jenes Stoffes entbehren, dessen *selektive* Offenbarung gemeinschaftliche Beziehungen von gesellschaftlichen Interaktionsformen unterscheidet. Dadurch – so die Argumentation – verlieren die Subjekte der “geheimnislosen Gesellschaft” ihre Fähigkeit zur Generierung von Gemeinschaftlichkeit. Demgegenüber ist allerdings zu betonen, dass sich im laufenden Selbstoffenbarungswettbewerb auch die Selbstinszenierungsfähigkeiten der Akteure erhöhen: Im Zwang zur Offenbarung des Privaten verstärkt sich die Kompetenz im Täuschen, Vorspiegeln und Verbergen: Anstelle der geheimnis- und dadurch beziehungslosen Gesellschaft stecken wir bereits in der heuchlerischen Gesellschaft: Goffmans (1988) “Wir alle spielen Theater” erreicht mit der Auflösung einer sozial definierten Privatheit eine neue Qualität.

Enttabuisierung des Privaten führt zu Beziehungslosigkeit

Die geheimnislose Gesellschaft kennt keine Gemeinschaft

#### Bibliographie

- Arendt, Hannah (1981), Vita activa oder vom tätigen Leben. München
- Blum, Roger (1993), Medien zwischen Anmassung und Anpassung, 223-236, in: Schanne, Michael, Peter Schulz (Hrsg.): Journalismus in der Schweiz. Fakten, Überlegungen, Möglichkeiten. Aarau
- Blum, Roger (1994), Der pluralistische Eintopf, in: WoZ Medien, Wochenzeitung Nr. 46, Zürich, 18.11.1994
- Bonfadelli, Heinz, Walter Hättenschwiler (1989), Das Lokalradio-Publikum. Ergebnisse der Publikumsbefragung zu den lokalen Rundfunkversuchen in der Schweiz 1983-1988. Teilstudie 3 zum Schlussbericht der RVO-Begleitforschung am Seminar für Publizistikwissenschaft der Universität Zürich. Zürich
- Burger, Harald (1991), Das Gespräch in den Massenmedien. Berlin
- Epkes, G. (1994), Horcher an der Wand, 34-36, in: du. Die Zeitschrift der Kultur, Heft 6/1994
- Ernst, Andreas (1996), Öffentlichkeit – das unsichtbare Wesen mit der grossen Wirkung, 60-72, in: Schweizerische Zeitschrift für Geschichte 1/96. Basel
- Furedi, Frank (1998), Bunte Bänder. Wenn Politiker Gefühl zeigen, kommt das gut an. Doch ob die Emotionalisierung des Öffentlichen ein Fortschritt ist, darf bezweifelt werden, 43, in: Die Zeit, Nr. 8, 12.2.1998
- Giddens, Anthony (1992), Die Konstitution der Gesellschaft. Frankfurt/Main
- Goffman, Erving (1988), Wir alle spielen Theater. Die Selbstdarstellung im Alltag. München
- Habermas, Jürgen (1984), Strukturwandel der Öffentlichkeit. Darmstadt
- Haller, Michael, Helmut Holzhey (Hrsg.), (1992), Medienethik. Opladen
- Hölscher, Lucien (1979), Öffentlichkeit und Geheimnis. Stuttgart
- Imhof, Kurt (1993a), Öffentlichkeit und Gesellschaft, 45-68, in: Michael Schanne/Peter Schulz (Hrsg.): Journalismus in der Schweiz. Fakten, Überlegungen, Möglichkeiten. Aarau
- Imhof, Kurt (1993b), Vermessene Öffentlichkeit – vermessene Forschung? Vorstellung eines Projekts, 11-60, in: Kurt Imhof/Heinz Kleger/Gaetano Romano (Hrsg.): Zwischen Konflikt und Konkordanz. Analyse von Medienereignissen in der Schweiz der Vor- und Zwischenkriegszeit, Reihe: Krise und sozialer Wandel, Bd. 1. Zürich
- Imhof, Kurt (1996a), Intersubjektivität und Moderne, 200-292, in: Kurt Imhof/Gaetano Romano, Die Diskontinuität der Moderne. Zur Theorie des sozialen Wandels, Reihe “Theorie und Gesellschaft“ hrsg. von Axel Honneth, Hans Joas, Claus Offe. Frankfurt/Main
- Imhof, Kurt (1996b), “Öffentlichkeit“ als historische Kategorie und als Kategorie der Historie, 3-25, in: Schweizerische Zeitschrift für Geschichte 1/1996. Basel
- Imhof, Kurt (1996c), Eine Symbiose: Soziale Bewegungen und Medien, 165-186, in: Kurt Imhof/Peter Schulz (Hrsg.): Politisches Raisonement in der Informationsgesellschaft, Reihe: Mediensymposium Luzern Bd. 2. Zürich
- Imhof, Kurt (1997), Zunehmend fragileres Sozialprestige. Die Medien, der Skandal und die Politik, in: Neue Zürcher Zeitung, 19.12.1997

# Spektrum

- Imhof, Kurt (1998), Die Verankerung der Utopie herrschaftsemanzipierten Raisonnements im Dualismus Öffentlichkeit und Privatheit, 11-16, in: Kurt Imhof/Peter Schulz (Hrsg.): Die Veröffentlichung des Privaten – die Privatisierung des Öffentlichen, Reihe: Mediensymposium Luzern Bd. 4. Opladen
- Jarren, Otfried (1988), Politik und Medien im Wandel: Autonomie, Interdependenz oder Symbiose? Anmerkungen zur Theoriedebatte in der politischen Kommunikation, 619-632, in: Publizistik 33.4
- Jarren, Otfried (1994), Mediengewinne und Institutionenverluste? – Zum Wandel des intermediären Systems in der Mediengesellschaft. Theoretische Anmerkungen zum Bedeutungszuwachs elektronischer Medien in der politischen Kommunikation, 23-34, in: Otfried Jarren (Hrsg.): Politische Kommunikation in Hörfunk und Fernsehen. Elektronische Medien in der Bundesrepublik Deutschland. Opladen
- Jarren, Otfried, (1996), Auf dem Weg in die "Mediengesellschaft"? Medien als Akteure und institutionalisierter Handlungskontext. Theoretische Anmerkungen zum Wandel des intermediären Systems, 79-96, in: Kurt Imhof/Peter Schulz (Hrsg.): Politisches Raisonement in der Informationsgesellschaft. Reihe: Mediensymposium Luzern Bd. 2. Zürich
- Jung, Thomas, Stefan Müller-Doohm (1998), Das Tabu, das Geheimnis und das Private – Vom Verlust der Diskretion, 138-149, in: Kurt Imhof/Peter Schulz (Hrsg.): Die Veröffentlichung des Privaten – die Privatisierung des Öffentlichen, Reihe: Mediensymposium Luzern Bd. 4. Opladen
- Keil, Erika (1991), Hörerbeteiligung am Radio. Vom sprachlosen Ich zum eloquenten Du. Bern
- Keppler, Angela (1985), Präsentation und Information. Zur politischen Berichterstattung im Fernsehen, Tübingen.
- Koselleck, Reinhard (1979), Einleitung, XIII-XXVII, in: Otto Brunner/Werner Conze/Reinhard Koselleck (Hrsg.): Geschichtliche Grundbegriffe. Historisches Lexikon zur politisch-sozialen Sprache in Deutschland, Bd.1, Stuttgart
- Kriesi, Hanspeter (1994), Akteure - Medien - Publikum. Die Herausforderung direkter Demokratie durch die Transformation der Öffentlichkeit, in: Friedhelm Neidhardt (Hrsg.): Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen, KZfSS, Sonderheft 34
- Mäusli, Theo (1994), Fanal für eine neue Welt, 18-21, in: du. Die Zeitschrift der Kultur, Heft 6/1994
- Melischek, Gabriele, Josef Seethaler (1996), Zwischen Gesinnung und Markterfolg. Zum politischen Spektrum der Wiener Tagespresse der Ersten Republik, 61-78, in: Kurt Imhof/Peter Schulz (Hrsg.): Politisches Raisonement in der Informationsgesellschaft. Reihe: Mediensymposium Luzern Bd. 2. Zürich
- Müller-Doohm, Stefan (1998), Medienkultur und Globalität, 471-486, in: Kurt Imhof/Peter Schulz (Hrsg.): Kommunikation und Revolution. Reihe Mediensymposium Luzern Bd. 3. Zürich
- Neckel, Sighard (1986), Das Stelhölzchen der Macht. Zur Soziologie des politischen Skandals, 581-605, in: Leviathan, Nr. 4, 14
- Neumann-Braun, Klaus (1998), Kommunikationskulturelle Spezifika der Rezipientenbeteiligung in Rundfunkprogrammen – ein Begriffsinventarium, 77-92, in: Kurt Imhof/Peter Schulz (Hrsg.): Die Veröffentlichung des Privaten – die Privatisierung des Öffentlichen, Reihe: Mediensymposium Luzern Bd. 4. Opladen
- Neumann-Braun, Klaus (1993), Rundfunkunterhaltung. Tübingen
- Requate, Jörg (1998), Die Lebedame und der Querulant. Zu Grenzverschiebungen zwischen Öffentlichem und Privatem in der Gerichtsberichterstattung der 60er Jahre, 55-67, in: Kurt Imhof/Peter Schulz (Hrsg.): Die Veröffentlichung des Privaten – die Privatisierung des Öffentlichen, Reihe: Mediensymposium Luzern Bd. 4. Opladen
- Sarcinelli, Ulrich (1987), Symbolische Politik. Zur Bedeutung symbolischen Handelns in der Wahlkampfkommunikation der Bundesrepublik Deutschland. Opladen
- Sarcinelli, Ulrich (1994), Mediale Politikdarstellung und politisches Handeln: analytische Anmerkungen zu einer notwendigerweise spannungsreichen Beziehung, in: Otfried Jarren (Hrsg.): Politische Kommunikation in Hörfunk und Fernsehen, Opladen
- Saxer, Ulrich (1989), Lokalradios in der Schweiz. Schlussbericht über die Ergebnisse der nationalen Begleitforschung zu den lokalen Rundfunkversuchen 1983-1988. Bern
- Saxer, Ulrich (1993), Medien und Politik in der Schweiz, 81-104, in: Michael Schanne/Peter Schulz (Hrsg.): Journalismus in der Schweiz. Fakten, Überlegungen, Möglichkeiten. Aarau
- Schade, Ezard (1994), Rundspruch an alle. Radiopolitik in der Schweiz, 21-22, in: du. Die Zeitschrift der Kultur, Heft 6/1994
- Schanne, Michael (1991), Lokalradioszene Schweiz: Integration durch Partizipation?, in: NFP 21, Reihe: Kurzfassung der Projekte, Basel
- Schanne, Michael, Ruedi Matter (1993), Auswahl und Inszenierung von Themen zur öffentlichen Kommunikation, 69-80, in: Michael Schanne/Peter Schulz (Hrsg.): Journalismus in der Schweiz. Fakten, Überlegungen, Möglichkeiten. Aarau
- Schanne, Michael, Urs Kiener (1998), "Es kommen doch alle gern im Radio", 93-99, in: Kurt Imhof/Peter Schulz (Hrsg.): Die Veröffentlichung des Privaten – die Privatisierung des Öffentlichen, Reihe: Mediensymposium Luzern Bd. 4. Opladen
- Sennett, Richard (1983), Verfall und Ende des öffentlichen Lebens. Die Tyrannei der Intimität. Frankfurt/Main
- Simmel, Georg (1993), Psychologie der Diskretion und das Geheimnis: Eine sozialpsychologische Skizze, in: Aufsätze und Abhandlungen 1901-1908, Bd. 2, Gesamtausgabe Nr. 8, Frankfurt/Main

- Wehner, Josef (1998), Öffentliche Meinung und Person – Zur Darstellung von Politik in den Medien, 318-331, in: Kurt Imhof/Peter Schulz (Hrsg.): Die Veröffentlichung des Privaten – die Privatisierung des Öffentlichen, Reihe: Mediensymposium Luzern Bd. 4. Opladen
- Wulff, Hans, J. (1998), Phone-in-Shows / Hörertelefonate: Eine Grenzform zwischen intimer und öffentlicher Kommunikation, 68-76, in: Kurt Imhof/Peter Schulz (Hrsg.): Die Veröffentlichung des Privaten – die Privatisierung des Öffentlichen, Reihe: Mediensymposium Luzern Bd. 4. Opladen
- Young, Iris (1990), Justice and the Politics of Difference, Princeton

#### Anmerkungen

- 1 Daher handelt sich bei diesen Termini – im Sinne der Begriffsgeschichte – um Grundbegriffe (vgl. hierzu Koselleck 1979: XIII-XXVII). Solche Begriffe zeichnen sich dadurch aus, dass ihre Verwendung unabhängig von Schicht, Stand, Herkunft und politischen Präferenzen gesichert ist, dass sie also von gesamtgesellschaftlicher Bedeutung für die Strukturierung der Welt sind.
- 2 Ursprünglich bezeichneten “Öffentlichkeit” und “Privatheit” in der klassisch griechischen, insbesondere der aristotelischen Philosophie wie in der Aufklärungsphilosophie zwei unterschiedliche Lebensordnungen: der Bereich des Lebensnotwendigen, als das “Private” und den Bereich der Freiheit oder des Politischen, als das “Öffentliche”.
- 3 Für eine theoretisch ertragreiche Diskussion der “Öffentlichkeit” moderner Gesellschaften und ihrer Funktion im sozialen Wandel genügt dies nicht. Für eine gesellschaftstheoretische Begriffsbestimmung im Rahmen einer Theorie sozialen Wandels vgl. Imhof 1996a: 200-292, 1996b: 3-25.
- 4 Dies ist im europäischen Vergleich ausserordentlich spät. So war beispielsweise in Deutschland und Österreich schon die Zwischenkriegszeit stark durch Forums- und Boulevardzeitungen geprägt (Jarren 1994; Melischek/Seethaler 1996: 61-78; Imhof 1996c: 165-186; Saxer 1993: 81-104).
- 5 In der Gattung der *Sozialreportagen*, die im Rahmen der Organe der Arbeiterbewegung und linksliberaler Sammlungsbewegungen entstanden ist, dienen private Lebensumstände ausschliesslich als Hintergrundfolie für eine normative und kognitive Sozialkritik.
- 6 Diese Medien bemühten sich bis in die sechziger Jahre um eine möglichst unparteiische Nachrichtenvermittlung und verstanden sich als Informations- und Werbeträger ihrer Region.
- 7 Insbesondere: Ausgewogenheit und Trennung von Nachricht und Interpretation (vgl. Blum 1993: 223-236; Schanne/Matter 1993, S. 69-80; Haller/Holzhey 1992).
- 8 Die Boulevardzeitung “Blick” erscheint – nach dem Muster von “Bild” – erstmals im Herbst 1959.
- 9 Die Daten entstammen dem vom Schweiz. Nationalfonds geförderten Forschungsprojekt “Krise und sozialer Wandel. Analyse von Medienereignissen in der Schweiz 1910-1995”. Im Rahmen dieses Projekts wurden die zehn grössten Medienereignisse pro Jahrgang des “Blicks”, der “Neuen Zürcher Zeitung”, des “Tages-Anzeigers”, der “Tagwacht” und des “Vaterlandes” im genannten Zeitraum erhoben (vgl. Imhof 1993b: 11-60).