

**Zeitschrift:** Medienwissenschaft Schweiz = Science des mass média Suisse  
**Herausgeber:** Schweizerische Gesellschaft für Kommunikations- und Medienwissenschaft  
**Band:** - (1996-1997)  
**Heft:** 2  
  
**Rubrik:** COMDOC

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

### **Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

### **Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 01.02.2026

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

### 4. Mediensymposium Luzern

4. - 6. Dezember 1997

Infolge des sprunghaften Anstiegs der öffentlichen Thematisierung des Privaten seit den 1970er Jahren verliert der Souverän zunehmend die politische Kontrolle, stellte die Tagung fest. Gesellschaftliche Entwicklung wird unerschätzbar, wenn das Stimmvolk seine Einsicht in politische Programme durch eine blinde, auf dem Privatleben des Politpersonals beruhende Vertrauensdelegation ersetzt.

Unser tägliches Leben kennt zwei grundverschiedene Sphären: jene der Öffentlichkeit und jene der Privatheit. Was für Konsequenzen ergeben sich für eine Gesellschaft, wenn sich das Verhältnis dieser beiden Bereiche verändert? Welche Zukunft steht uns bevor, wenn der Bannstrahl der Öffentlichkeit die Privatsphäre mehr und mehr zurückdrängt?

Unter dem Titel „**Die Veröffentlichung des Privaten – die Privatisierung des Öffentlichen**“ widmete sich das „Mediensymposium Luzern“ von 1997 exakt dieser Frage.

Bereits zum vierten Mal hatten Kurt Imhof, Leiter des „Forschungsbereichs Öffentlichkeitssoziologie und -geschichte des Soziologischen Instituts der Universität Zürich“ (FÖG/SIUZ) und Peter Schulz, Direktor der „Stiftung Akademie 91 Zentralschweiz“, im Dezember zum interdisziplinären Symposium geladen, um die Erkenntnisse zu den strukturellen Bedingungen und kulturellen Formen von Öffentlichkeit, öffentlicher Kommunikation und sozialem Wandel zu fördern. Während dreier Tage beschäftigten sich im Luzerner Hotel Palace über 30, in diesem Themenkomplex führende geistes- und sozialwissenschaftliche Fachleute aus dem gesamten deutschen Sprachraum sowie ein zahlreiches Publikum mit der „Karriere“ des Privaten im Öffentlichen.

#### Öffentlichkeit und Privatheit

In seinem grundlegenden Einstiegsreferat wies Kurt Imhof darauf hin, dass Öffentlichkeit und Privatheit seit der klassisch griechischen Antike Grundbegriffe sind, die unabhängig von Schicht, Stand, Herkunft und politischen Präferenzen zur Charakterisierung einer Gesellschaft verwendet werden und wechselseitig ihre Existenz voraussetzen: Die eine Sphäre ist ohne die andere nicht denkbar.

Als das Öffentliche wird immer all das bezeichnet, was – im Gegensatz zum Privaten – allgemein zugänglich ist.

Was allgemein zugänglich ist oder nicht, ist jedoch räumlich und zeitlich bedingt. Der je eigene Anteil, den die beiden sich ergänzenden Lebensbereiche einnehmen, ist also dem historischen Wandel unterworfen, d. h. die Schnittstelle von Öffentlichkeit und Privatheit ist durchlässig: Was jetzt privat ist, kann dereinst öffentlich sein und umgekehrt. In der Moderne sind tiefgreifende Anteilsverschiebungen im Zuge der Aufklärungsbewegung des ausgehenden 18. Jahrhunderts sowie insbesondere seit den 1970er Jahren festzustellen. Dabei hat sich die öffentliche Sphäre massiv ausgeweitet und die Privatsphäre entsprechend zurückgedrängt. Diesem Wandel widmeten sich die vier Teile des Mediensymposiums, die gewissermaßen die vier Meilensteine im modernen Siegeszug des Privaten im Öffentlichen verkörpern.

#### Soziale Frage

Die Auffassung der Aufklärungsbewegung, wonach der Warenverkehr mitsamt der um das materielle Überleben besorgten Bevölkerung der Privatsphäre zuzuordnen und die Öffentlichkeit bzw. die Politik der wirtschaftlich unabhängigen, bürgerlichen Gesellschaftsschicht vorbehalten ist, liess sich nicht lange aufrechterhalten. Im Laufe des 19. Jahrhunderts mobilisierte sich die verarmte Unterschicht zur Arbeiterbewegung und konnte nicht mehr von der öffentlichen Einflussnahme abgehalten werden. Mit der öffentlichen Problematisierung des Wirtschaftsreichs drang die Frage der gesellschaftlichen Güterverteilung in den öffentlichen Raum ein, d. h. die soziale Frage galt nicht länger als etwas Privates.

#### Sex & Crime and Human Interest

Der Moderator des zweiten Veranstaltungsteils, Roger Blum (Bern), lenkte die Diskussion auf den nächsten Markstein in der „Karriere“ des Privaten. Wenn in der Ära der Parteipresse, die in der Schweiz bis zum Beginn der 1960er Jahre dauerte, Privates öffentlich wird, dann geschieht dies in den Printmedien nur im Rahmen von vier Textsorten: dem Roman im Feuilleton, der Todesanzeige, dem Nachruf und der Gerichtsberichterstattung – unter Beschränkung auf entscheidende Aspekte hinsichtlich der Urteilsfindung. Im Radio handelt es sich um das Hörspiel, den Ausdruck von Gefühlen in der Musik und ebenfalls um den Nachruf. Erst mit der Geburt der Boulevardzeitungen erhält die mediale Kommunikation, die bis anhin von politischen Inhalten dominiert war, nachhaltige Kon-



kurrenz durch Privates: Mord, Verbrechen, klatschbetonte Prominentenberichterstattung und Lebenshilfe halten Einzug in die öffentliche Sphäre. Diese Enttabuisierung des Privaten bedeutet gleichzeitig das Ende der Diskretion (Stefan Müller-Doohm, Oldenburg). Die explosionsartige Ausbreitung von Sex & Crime and Human Interest vollzieht sich sodann über die neu entstehenden Lokalradios bis hin zum Internet (Hans Geser, Zürich) und wird am Beispiel von Lady Diana besonders augenfällig.

### Das Private ist politisch

Mit diesem Kampfruf leitete die 68er-Bewegung den dritten Eroberungsschritt des Privaten ein. Unter der Moderation von Jürgen Wilke (Mainz) konzentrierte sich die wissenschaftliche Debatte darauf, wie im Rahmen der Kulturrevolution auch noch der innerste Kern des Privaten, die Intimsphäre von Sexualität und Liebe, der Öffentlichkeit preisgegeben wird. Gewürdigt wurde diese Entwicklung auf der Basis der Tatsache, dass dadurch die einst der Verschwiegenheit unterworfenen Probleme wie Gewalt in der Ehe und Rollenverteilung zwischen den Geschlechtern Gegenstand politischer Auseinandersetzung wurden (Angela Keppler, Dresden) und die Politik in einem gewissen Sinn an den Lebensalltag heranrückte (Ronald Hitzler, Dortmund). Beklagt wurde das Erbe der 68er-Bewegung mit der kulturpessimistischen These, dass die Gesellschaft in der veröffentlichten Gefühlssuppe des Privaten gewissermassen ersäuft (Dieter Ross, Hamburg).

### Personalisierung des Politischen

Die Personalisierung des Politischen ist insoweit historisch nichts Neues, als sie sich auf die öffentliche Funktionsrolle der Politiker bezieht (Ulrich Sarcinelli, Koblenz-Landau). Die Verdammung zurücktretender politischer Führungspersonen, die des politischen Versagens bezichtigt werden, und das Feiern ihrer Nachfolger, welche die Lösung aller Probleme verheissen, sind regelmässiger Bestandteil gesellschaftlicher Krisen- und Umbruchphasen. Neueren Datums aber ist das an den Bedürfnissen des kommerzialisierten Mediensystems angepasste politische Marketing, das auf ein möglichst prestigeträchtiges privates Erscheinungsbild des Politpersonals abzielt, in dessen Rahmen erst politische Inhalte transportiert werden. Damit richtete der vierte und letzte Teil der dreitägigen Veranstaltung das Augenmerk auf eine vierte Stufe in der Erfolgsgeschichte des Privaten, deren Durchbruch nicht zuletzt dem Bedeutungszuwachs der audiovisuellen Medien zuzuschreiben ist (Otfried Jarren, Zürich). Im Zuge dieser Entwicklung basieren Wählerstimmen nicht mehr so sehr auf dem überzeugten Einverständnis zu politischen Programmen, sondern vielmehr auf der gefühlsmässigen Identifikation mit dem Privatleben von bestimmten politischen Führungspersonen.

Wenn die Gewährleistung gesellschaftlicher Integration, d.h. das möglichst „friedliche Zusammenleben“ der Gesellschaftsmitglieder angestrebt werden soll, dann gilt es, die Konsequenzen der öffentlichen „Karriere“ des Privaten präzise im Auge zu behalten. Der gemeinsame Tenor

der Teilnehmenden des Mediensymposiums ergab in Bezug auf die öffentliche politische Kommunikation eine bedingte Befürwortung der Veröffentlichung des Privaten, aber eine unbedingte Ablehnung der Privatisierung des Öffentlichen. Ersteres meint, dass die Veröffentlichung des Privaten insoweit unabdingbar ist, als es sich um gesellschaftliche Problembereiche handelt, deren Tabuisierung ein jederzeit aktualisierbares Konfliktpotential in sich bergen würde. Letzteres hingegen bedeutet die Zurückweisung eines Argumentationsstils, der auf der Welle der Intimisierung der Öffentlichkeit in den Bereich des Politischen einfluss. Der einst privaten Vertrautheitsbeziehungen vorbehaltene Sprachstil, der Ausdruck subjektiver Innerlichkeit, privatisiert die Öffentlichkeit in einer Art und Weise, die auf Kosten sachlicher und normativer Argumente geht. Politik auf der Basis von Gefühlsäusserungen ist nicht kompatibel mit sachlich abgewogenen Wertentscheidungen und fördert die blinde, auf dem Privatleben des Politpersonals beruhende Vertrauensdelegation an politische Führungspersonen anstelle der Einsicht in politische Konzepte. Damit gibt der Souverän in letzter Konsequenz die politische Kontrolle aus der Hand, und der Beliebigkeitscharakter gesellschaftlicher Entwicklung nimmt zu.

Andreas Koller

## Universität Bern Institut für Medienwissenschaft

### 1997 abgeschlossene Facharbeiten

- Besel, Michael: Politische Berichterstattung im lokalen Raum: Monotonie oder Vielstimmigkeit? Eine inhaltsanalytische Untersuchung dreier Lokalzeitungen. (Prof. Blum)
- Bühler, Cornelia: Das Frauenbild im „SonntagsBlick“ und in der „SonntagsZeitung“. Theoretische Grundlagen – empirische Erkenntnisse. (Prof. Blum)
- Bundi, Annetta / Jacomet, Andi: „Das gibt es in der Schweiz!“ Sozialreportagen in der „Nation“ 1939-1952. (Prof. Blum)
- Dörig, Remo: Risiko oder Chance? Die Gentechnologie-Berichterstattung in der Presse vom Juli bis Oktober 1996. (Prof. Blum)
- Egger, Theres: Von der Rundschau zur Rundshow? – Eine Dokumentation zu Ursprüngen, der Entwicklung und dem aktuellen Stand der Konvergenztheorie (Prof. Steinmann)
- Ehrenzweig, Natalie: Wandel und Stellenwert der Aufklärungsseiten im „Bravo“. (Prof. Blum)
- Hafner, Katrin / Probst, Lucia: „Die ziemlich bequeme Schweiz braucht jetzt erst recht ein unbequemes Nachrichtenmagazin“. Eine Untersuchung über „FACTS“ unter besonderer Berücksichtigung des „Schweiz“-Teils. (Prof. Blum)



- Lüscher, Matthias: Das Engagement von Deutschschweizer Tageszeitungen im Internet. (Prof. Blum)
- Meyer, Salome / Sterchi, Andrea: Der Zuger Pressezirkus. Pressekonzentration und publizistische Vielfalt im Kanton Zug. (Prof. Blum)
- Pelosi, Dario: Der Leserschaftsrat der Neuen Luzerner Zeitung – ein Beitrag zur Qualitätssicherung? Chancen und Probleme einer Schweizer Premiere. (Prof. Blum)
- Schärer, Felipe: Die Öffentlichkeits- und Pressearbeit der schweizerischen NGO's. (Prof. Blum)
- Schelker, Martina: Die SRG-Fernsehprogramme zu den National- und Ständeratswahlen von 1971 - 1995 (Prof. Steinmann)
- Soukup, Michael: Interaktives Fernsehen (Prof. Steinmann)
- Uebersax, Daniel Marc: Bedeutung und Ausprägung der Dienstleistungsfunktion in der Deutschschweizer Tagespresse. (Prof. Blum)
- von Dach, Patrick: Wachstumsmarkt Lokalradiowerbung (Prof. Steinmann)
- Welskopf Hauser Margun / Wüthrich Barbara: Rundschau „vorher“ und „nachher“. Die strukturellen und inhaltlichen Veränderungen des Nachrichtenmagazins „Rundschau“ nach der Änderung des Sendekonzeptes im November 1994 (Prof. Steinmann)
- Zaugg, Sabine: Die Wirkung von Werbung auf das kindliche Fernsehpublikum in der Vorweihnachtszeit (Prof. Steinmann)

**Universität Fribourg**  
**Institut für Journalistik und**  
**Kommunikationswissenschaft**

**Deutschsprachige Abteilung 1997**

- André, Jörg: Der BZ-Preis für Lokaljournalismus.
- Bolomey, Jan: Zapping. Kulturtechnik einer jungen Fernsehgeneration.
- Guarnaccia, Monica: Alles gelogen. Eine literarische Verfilmung frei nach M. Moser. Die Entstehung des Films.
- Hostettler, Stefan: Die Berichterstattung über die US-amerikanischen Präsidentschaftswahlen in der Neuen Zürcher Zeitung und im Tagesanzeiger. Ein Vergleich zwischen den Jahren 1980 und 1992.
- Hushek, Karin: Zwischen Einstellung und Vorstellung. Eine pressephotographische Betrachtung.
- Martin, Monika: Spitalradio. Eine Episode?
- Müller, Patrick: Rechtliche Aspekte grenzüberschreitender Werbung.
- Raaflaub, Christian: Die 80er Bewegung in Bern. Zehn Jahre danach.
- Thurnherr, Erik: Radio Rurale Labé.
- Wirth, Karoline Sophie: Die jugendlichen LeserInnen des Thuner Tagblatts.

**Französischsprachige Abteilung 1997**

- Darbre, Caroline: La liberté d'expression sous la République Helvétique d'après Paul Usteri.
- Regidor, Carine: La représentation de la police dans la presse écrite romande.
- Ruefenacht, Christine: LE MATIN. Enquête sur un journal populaire romand.
- Scherer, Véronique: Internet: Pouvoir et contre-pouvoir.
- Sciacquatori, Layla: I mass-média sulle orme des Che.
- Smets, Pierre: Le développement des télévisions régionales en Suisse romande.
- Wehrli, Anouk: Le poids des médias dans la création d'événements. Cas de l'affaire Rodney King et des émeutes de Los Angeles.

**Universität Zürich**  
**Institut für Publizistikwissenschaft**  
**und Medienforschung**

**Dissertationen 1996**

- Herger, Nikodemus: Private Kunstförderung. Die private Kunstförderung als öffentlich relevantes Wirkungsfeld (1996). (Prof. Saxer)

**Lizentiatsarbeiten 1996 und 1997**

- Gallmann, Jacqueline: Humor in Serie. Produktion und Rezeption der Schweizer Sitcom „Fascht e Familie“. (Prof. Bonfadelli)
- Iten, Sandra: Das Zwischenprogramm. Eine empirische Untersuchung zur Entwicklung der TV-Trailer im Schweizer Fernsehen DRS. (Prof. Saxer)
- Müller, Jürg: Bildungsstatus und Medienzuwendung von Jugendlichen und jungen Erwachsenen 1990 in der Deutschschweiz. Zur Wahrnehmung der Tageszeitung und anderer Medien durch Jugendliche und junge Erwachsene im Alter von 15 bis 24 Jahren. (Prof. Bonfadelli)
- Pasek, Sarka: Moralische Leitbilder in der Kinder- und Jugendliteratur der 90er Jahre. (Prof. Bonfadelli)
- Rüegg, Anna Katharina: Evaluation universitärer Zeitschriften am Beispiel von unizürich Magazin und Journal. (Prof. Bonfadelli)
- Schmid-Kunz, Johannes: Volksmusik im Fernsehen. Ein Diskussionsbeitrag zur medialen Verarbeitung von Volkskultur. (Prof. Saxer)
- Seiler, Markus: Radios in Davao – oder das Ende der Entwicklungskommunikation. Eine Fallstudie zur Situation des Hörfunksystems in Davao City (Philippinen). (Prof. Saxer)
- Steinmann, Blanca: „Afrika bleibt anders“. Pressefotos zu Schwarzafrika in der Neuen Zürcher Zeitung und im BLICK 1960 - 1977 - 1994. (Prof. Bonfadelli)