Besprechungen

Martin Andree / Timo Thomsen
Atlas der digitalen Welt

Frankfurt/New York: Campus, 2020. – 272 S.
ISBN 978-3-593512716

Um die Jahrtausendwende formierte sich an der Schnittstelle von Geographie, Informatik und sozialwissenschaftlicher Internetforschung das Feld der „Cybergeographie". Bücher wie „Atlas of Cyberspace" (Dodge/Kitchin 2001a) oder „Mapping Cyberspace" (Dodge/Kitchin 2001b) befassten sich mit der räumlichen Dimension von Infrastruktur und Nutzung vernetzter Informations- und Kommunikationstechnologien, aber auch mit den Topologien von „Multi User Dungeons" und dreidimensional begehbaren „virtuellen Welten". Der Titel des zu besprechenden Buches von Martin Andree und Timo Thomsen, „Atlas der digitalen Welt", weckte zumindest beim Rezensenten Erinnerungen an diese Phase der Mediengeschichte und die Diskussionen darüber, wie sich unsere raumzeitlichen Bezüge im und mit dem Internet verändern (Schmidt 2005).

Das Buch hat allerdings einen anderen Anspruch – es ist kein „Atlas" im Sinne eines Versuchs, die räumliche Dimension der digitalen Welt zu veranschaulichen, sondern eine Mischung aus Datenkompendium einerseits und Einführung in grundlegende Konzepte der Medienökonomie und Mediennutzungsforschung zu digitalen Medien andererseits. Die beiden Verfasser, die in der Marktforschung und Strategieberatung tätig sind, haben es in vier große Abschnitte gegliedert, die sich verschiedenen Facetten der „digitalen Welt" nähern, darunter etwa Analysen zur Konzentration von Aufmerksamkeit oder zu verschiedenen Nutzungsmodi und -Aktivitäten (wie „Gaming", Nachrichten" oder auch „Pornographische Inhalte, Glücksspiel, Wetten"). Ein weiterer Abschnitt fokussiert auf wichtige Social-Media-Plattformen, und im Abschnitt „Deep Dives" werden etwa die Dominanz der vier großen Konzerne Facebook, Alphabet, Apple und Amazon oder auch die Blogosphäre näher untersucht.

Alle Teilkapitel enthalten zahlreiche, von Verena Bönniger sehr ansprechend gestaltete Diagramme und Visualisierungen, beschränken sich aber nicht auf die reine Sammlung von empirischen Daten. Vielmehr sind diese Kennzahlen eingebettet in erläuternde Passagen, die beispielsweise aus medienökonomischer Sicht erklären, wie es zu der hohen Konzentration auf einige wenige Angebote kommen kann, oder welche Segmente im „Purchase Funnel" die genannten großen vier Konzerne besetzen. In diesen Teilen des Buches liegt auch sein Wert, der über eine rasch veraltende Bestandsaufnahme von Daten und Statistiken hinausweist und es zu einer lohnenswerten Lektüre für alle macht, die einen zugänglichen Einstieg in die Angebots- und Nutzungsvielfalt der digitalen vernetzten Medien benötigen.

Jan-Hinrik Schmidt

PD Dr. Jan-Hinrik Schmidt, Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut (HBI), Rothenbaumchaussee 36. 20148 Hamburg, Deutschland, j.schmidt@leibniz-hi.de

Literatur

Dodge, Martin; Kitchin, Rob (2001a): Atlas of Cyberspace. Harlow/London.
Dodge, Martin; Kitchin, Rob (2001b): Mapping Cyberspace. London/New York.
Schmidt, Jan-Hinrik (2005): Der virtuelle lokale Raum. Zur Institutionalisierung lokalbezogener Online-Nutzungsepisoden. Baden-Baden.

Chris Bail
Breaking the Social Media Prism

How to Make Our Platforms Less Polarizing
Princeton & Oxford: Princeton University Press, 2021. – 232 S.
ISBN: 978-0-691203423
ISBN (ebook): 978-0-691216508
https://doi.org/10.1515/9780691216508

Noch eine US-amerikanische Studie zur politischen Polarisierung durch Social Media? Was kann man nach den jüngsten Literaturüberblicken zum Thema (Kubin & von Sikorski, 2021) davon schon noch Neues erwarten? Ganz schön viel. Denn der Soziologieprofessor Chris Bail, Leiter des Polarization Lab an der Duke University, zeigt in *Breaking the Social Media Prism* nicht nur empirische Ergebnisse innovativer Studien. Er schlägt auch das Konzept des Social-Media-Prismas vor, das anschaulich erfasst, wie die Nutzer:innen der Plattformen selbst zur politischen Polarisierung beitragen.

Theoretischer Ausgangspunkt sind die ebenso populären wie umstrittenen Echokammer- und Filterblasen-Erzählungen. Danach kommt es zu einer Polarisierung, weil viele Menschen auf Social Media meinungskonträre Informationen und Ansichten vermeiden („Echokammer") oder durch Algorithmen unbemerkt mit

 DOI: 10.5771/1615-634X-2021-4-598

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2021-4-598 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

meinungskonformen Informationen versorgt werden („Filterblase"). Eine viel zitierte These ist, dass nur die meinungskonforme Eintönigkeit auf Social Media durchbrochen werden müsste, um Polarisierung zu bekämpfen. Bail stellte das in Frage und führte 2017 ein Feldexperiment durch. Für das Experiment entwickelten er und sein Team zwei Twitter-Bots. Jede Stunde retweetete der eine Bot einen zufällig ausgewählten Tweet aus dem republikanischen Lager, der andere einen aus dem demokratischen Lager. Einen Monat lang folgten mehrere hundert Anhänger:innen der Republikaner bzw. der Demokraten dem Bot des jeweils anderen Lagers. Die einmonatige Rezeption meinungskonträrer Tweets führte dazu, dass Anhänger:innen der Republikaner konservativere Ansichten entwickelten. Anhänger:innen der Demokraten wurden dagegen etwas liberaler, auch wenn hier die Effekte nicht signifikant waren. Statt Depolarisierung also Backfire-Effekt – so weit, so auch nachlesbar in Bail et al. (2019).

Was *Breaking the Social Media Prism* aber besonders anschaulich und deshalb lesenswert macht, sind die Ergebnisse der anschließenden Replikationsstudie. In dieser wurde das Feldexperiment sowohl erweitert um qualitative Tiefeninterviews mit den Proband:innen als auch um eine Analyse ihrer Online-Aktivitäten. Dadurch bekommen die einzelnen Datenpunkte Gesichter. Da ist etwa Ray. In den Interviews erzählt er ausgesprochen höflich, dass er politische Debatten auf Twitter vermeide. Die Analyse seiner Twitter-Aktivitäten zeigt allerdings, dass er Anhänger:innen des anderen politischen Lagers regelmäßig in vulgärster Form beschimpft. Hier wird ein Widerspruch zwischen Online- und Offline-Identität ersichtlich, den man in der reinen Experimentalstudie nicht entdeckt hätte.

Sara hingegen, eine moderate Liberale, gibt an, dass sie sich kaum mehr traue, etwas auf Twitter zu posten, nachdem sie online von Anhänger:innen des anderen Lagers angepöbelt worden sei. Moderate verstummen, Extreme werden lauter. Dies sei eine Folge des Social-Media-Prismas, so Bail. Er argumentiert, dass es Social-Media-Plattformen erleichtern, sich mit anderen Identitäten zu präsentieren. Auf der Suche nach Anerkennung würden Menschen ihre Social-Media-Umwelt beobachten und aufbauend auf den Reaktionen anderer Nutzer:innen die Online-Version ihrer Selbst anpassen. Attackieren meinungskonträre Ansichten die eigene politische (Online-)Identität, führe dies zur kommunikativen Verteidigung der Extremen und zum Rückzug der Moderaten. Social-Media-Plattformen seien damit weniger ein Spiegel der tatsächlichen Realität, sondern eher ein Prisma, das den Blick auf das eigene soziale Umfeld verzerrt. Bail sieht in der wachsenden Kluft zwischen Social Media und tatsächlicher Realität „one of the most powerful sources of political polarization in our era" (S. 8).

Was tun? Sich einfach von den Plattformen abzumelden, sei keine Lösung, so Bail. Dafür würden die Pattformen schon zu tief in das soziale Leben vieler Menschen eingreifen. Auch hier liefern die qualitativen Interviews anschauliche Beispiele. So berichtet Sara, die moderate Liberale, dass sie sich zwar gern von den Plattformen verabschieden würde. *Fear of missing out* – insbesondere die Sorge, Neuigkeiten von ihren Verwandten zu verpassen, – zwinge sie aber zum Bleiben.

Im letzten Kapitel fragt Bail daher, wie eine bessere Social-Media-Plattform aussehen müsste – eine Plattform, bei der politische Diskurse nicht durch Online-Identitäten überlagert würden, sondern individuelle Ideen im Vordergrund stünden. Dafür untersuchte Bail in einem weiteren Feldexperiment, welche Auswirkungen anonyme Diskussionen zu politischen Themen haben. Über eine App, die der deutschen *Diskutier-mit-mir*-App gleicht, haben Republikaner:innen und Demokrat:innen eine Woche lang mit einer Person aus dem anderen politischen Lager anonym diskutiert. Die Ergebnisse lassen hoffen: Nach der Diskussion bewerteten die Proband:innen Andersdenkende positiver und weniger stereotyp. Auch ihre Ansichten zum diskutierten Thema wurden moderater. Darauf aufbauend schlägt Bail zwar interessante, aber etwas utopische Ansätze vor, wie Plattformen besser gemacht werden könnten. So solle die Funktionsweise der Plattformen beispielsweise weniger von Likes beeinflusst werden, sondern stärker davon, wie unterschiedliche politische Lager auf gepostete Inhalte reagieren.

Insgesamt ist *Breaking the Social Media Prism* vor allem durch die Hintergrundgeschichten der Proband:innen weit mehr als nur eine weitere Studie, die sich mit politischer Polarisierung durch Social Media beschäftigt. So liest sich das Buch zeitweilig wie ein Roman, trotz der umfangreichen Beschreibung des empirischen Vorgehens. Dabei gelingt es Bail, die eigenen Erkenntnisse sowohl in sozialwissenschaftliche und -psychologische Klassiker einzuflechten als auch in den aktuellen kommunikationswissenschaftlichen Forschungsstand zu integrieren. Mit dem Konzept des Social-Media-Prismas betont er, wie wichtig es sei, sich

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2021-4-598 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access -

wieder stärker mit Folgen des menschlichen Strebens nach Anerkennung zu beschäftigen und weniger mit der Macht der Konzerne und Algorithmen – für Sozialwissenschaftler:innen sind das gute Nachrichten.

Ole Kelm

Dr. Ole Kelm, Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf, Institut für Sozialwissenschaften, Universitätsstraße 1, 40225 Düsseldorf, Deutschland, ole.kelm@hhu.de

Literatur

Bail, Christopher A., Argyle, Lisa P., Brown, Taylor W., Bumpus, John P., Chen, Haohan, Hunzaker, M. B. Fallin, Lee, Jaemin, Mann, Marcus, Merhout, Friedolin, & Volfovsky, Alexander (2019). Exposure to opposing views on social media can increase political polarization. *PNAS, 115*(37), 9216–9221. https://doi.org/10.1073/pnas.1804840115.

Kubin, E., & von Sikorski, C. (2021). The role of (social) media in political polarization: a systematic review. *Annals of the International Communication Association*. Online-Vorabpublikation. https://doi.org/10.1080/23808985.2021.1976070.

Christian Fuchs

Soziale Medien und Kritische Theorie

Eine Einführung. 2 Aufl.

München: UVK, 2021. – 663 S.

ISBN 978-3-8252-55500-8

Nach dem vielbeachteten Lehrbuch *Social Media: A Critical Introduction* erschien Anfang 2021 bereits die dritte, umfangreich überarbeitete englischsprachige Neuauflage im SAGE Verlag und die zweite vom Autoren übersetzte deutsche Fassung. Dabei ist zunächst zu betonen, dass der englische Titel deutlich besser auf den Inhalt hinweist, als es der deutsche Titel vermuten lässt: Denn Christian Fuchs (University of Westminster) präsentiert, wie auch in den vorhergegangenen Auflagen, überwiegend kritische (Neo-)Marx'sche Perspektiven und eher Klassiker als weniger zeitgenössische Ansätze der Kritischen Theorie, um Soziale Medien zu analysieren.

Damit lesen sich die 15 Kapitel in der Trias „I Grundlagen – II Plattformen – III Zukunft" nicht weniger aufschlussreich und kompatibel zu den Arbeiten rezenter Vertreter*innen der Kritischen Theorie, die sich auch mit Sozialen Medien auseinandersetzen. Der Sozialwissenschaftler Fuchs hat in dieser, nun über 100 Seiten umfangreicheren Neuauflage seines Lehrbuchs mehr als nur kosmetische Änderungen zur Erstauflage getätigt. Um das 663 Seiten starke Buch „überschaubar" zu halten, wurden sogar Kapitel zu den Theoretikern Manuel Castells und Henry Jenkins gestrichen, andere hingegen stark überarbeitet, wie bspw. die Einleitung und der Überblick über soziale Medien. Hier ragen Fuchs Ausführungen bis zur derzeitigen Krise um die COVID-19-Pandemie und die Veränderungen der digitalen Kommunikation. Dabei geht er kursorisch auf die pandemiebedingte reorganisierte Sozialität in Arbeitswelt und Privatem (S. 79f.) sowie den Anstieg der Sichtbarkeit von Falschnachrichten und Verschwörungsideologien (S. 81f.) ein. Wiederum sind neue inhaltliche Aspekte hinzugekommen, wie zum Big-Data-Kapitalismus (Kap. 3) und Rechten Autoritarismus auf sozialen Medien (Kap. 9). Bei letzterem stellt er neben einer allgemeineren Vorstellung von Kritischen Theorien zum Autoritarismus auch die autoritäre Führung und Nationalismus auf Sozialen Medien am Beispiel von Donald Trumps Twitter-Kommunikation vor (S. 378ff.).

Neben den dominierenden Plattformen Facebook, Twitter und Instagram und den damit zusammenhängenden Aspekten rund um politische Kommunikation, politische Ökonomie und Influencer-Kapitalismus (Kap. 7), stellt Fuchs auch Plattformen der Share-Economy wie Airbnb und Uber (Kap. 11), das kooperatistische Gemeingut Wikipedia (Kap. 13) oder die im europäischen Raum weniger bekannte chinesische Plattform Weibo vor (Kap. 10).

Nach der umfangreichen Präsentation der Plattformen im zweiten Abschnitt stellt Fuchs im Sinne einer ideologiekritischen Perspektive Alternativen zu derzeitigen Plattformen vor (Kap. 14) und schlägt final in seinem ambitionierten *Manifest für wirklich soziale Medien* anhand von zehn Prinzipien Wege hin zu einer neuen Gesellschaft vor.

Dabei bleibt sich der Autor treu und erklärt komplexe Sachverhalte anhand prominenter zeithistorischer Ereignisse und Entwicklungen gut verständlich (wie den Skandal um Cambridge Analytica oder das Social-Credit-System in China). Wie in der vorhergegangenen Auflage bietet Fuchs am Ende jeden Kapitels eine Reihe vertiefender Literatur, Aufgaben und problemzentrierte Fragen an, die nicht nur für Studierende, sondern auch für Forschende inspirierend wirken können.

Worum interessierte Leser*innen bei Fuchs wohl nicht herumkommen, ist seine Passion für Karl Marx und die Allgegenwärtigkeit von diesem in den Ausführungen. Interessant wäre allerdings – in Ergänzung zu Marx – die Integration weiterer Vertreter*innen der aktuellen Ge-

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2021-4-598 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

neration(en) der Frankfurter Schule und ihrer Konzepte, wie bspw. Axel Honneths „Anerkennung“ oder Rahel Jaeggis „Entfremdung“, die durchaus fruchtbare Perspektiven hinsichtlich der Kritischen Theorie und Sozialen Medien bieten können.

Trotz der Schnelllebigkeit von Trends wären in der aktualisierten Fassung Ergänzungen zu den Aufstiegen von Sozialen Medien wie TikTok oder Twitch als distinguierte Plattformen für ein eher jüngeres Publikum spannend gewesen, da hier der Aspekt der Gemeinschaft noch stärker in den Vordergrund gestellt wird, ebenso wie die Thematisierung von (akademischen) Vernetzungsplattformen wie Xing, LinkedIn oder Academia.edu, die sich in einem ambivalenten Maße den im Buch identifizierten kapitalistischen Elementen entziehen.

Aufgrund der Zunahme digitaler Vergesellschaftungen und stetig neuer politischer und wirtschaftlicher Entwicklungen wie auch realen alternativen Bestrebungen von Gemeinwohlaktivist*innen wird Christian Fuchs abermals viele potenzielle und spannende Themen für eine weitere Auflage finden.

Andreas Schulz

Mag. Andreas Schulz, B.A. B.A. MA, Universität Wien, Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Währingerstraße 29, 1090 Wien, Österreich, andreas.schulz@univie.ac.at

Matthias Herdegen / Johannes Masing / Ralf Poscher / Klaus F. Gärditz (Hrsg.)
Handbuch des Verfassungsrechts

Darstellung in transnationaler Perspektive
München: C. H. Beck, 2021. – LVIII, 1837 S.
ISBN 978-3-406-73850-0

Im Frühling 2021 ist das Handbuch des Verfassungsrechts als lang erwartetes Projekt zahlreicher namhafter Rechtswissenschaftler*innen nunmehr erschienen. Herausgegeben von *Matthias Herdegen*, *Johannes Masing*, *Ralf Poscher* und *Klaus Ferdinand Gärditz* wagt dieses Handbuch den Versuch, andere Darstellungen des deutschen Verfassungsrechts durch eine in den Vordergrund gestellte, transnationale Perspektive zu ergänzen, wodurch einerseits ein Bezug zu inter- und supranationalen wie rechtsvergleichenden Einflüssen auf das deutsche Verfassungsrecht hergestellt, andererseits die Wirkung des deutschen Grundgesetzes „in den internationalen Raum hinein“ aufgezeigt werden soll – was durch das angekündigte Vorhaben einer englischsprachigen Ausgabe des Handbuches unterstrichen wird.

Nun stellt sich die Frage, wieso diese doch sehr allgemein und fast schon „klassisch“ verfassungsrechtlich anmutende Veröffentlichung für medienrechtswissenschaftlich oder kommunikationswissenschaftlich Forschende von Interesse sein soll. Der erste Blick in das Inhaltsverzeichnis verrät, dass bei einer solchen umfassenden Darstellung in einem Band selbstverständlich auch medienrechtliche Bezüge des Verfassungsrechts notwendigerweise zu besprechen sind. Unter § 20 findet sich der Beitrag zu den Kommunikationsfreiheiten, bearbeitet von *Angelika Nußberger*, sowie unter § 25 der Beitrag zu der Medienverfassung des deutschen Verfassungsrechts, bearbeitet von *Margarete Schuler-Harms*.

Diese Kernbereiche des Medienrechts werden, dem Anspruch des Handbuches entsprechend, in ihren fundamentalen Grundzügen besprochen. So geht *Nußberger* gleich eingangs in ihrer Erläuterung der Konstitutionalisierung der Kommunikationsfreiheiten im historischen Kontext (§ 20 Rn. 1ff.) auf Einschätzungen der deutschen verfassungsrechtlichen Grundlinien seitens „externer“ ausländischer Rechtswissenschaftler*innen kritisch ein. Auch im weiteren Verlauf wird, beispielsweise bei der Beleuchtung der zugrundeliegenden Denktraditionen (§ 20 Rn. 7ff.), regelmäßig auf insbesondere angelsächsische Verfassungstraditionen Bezug genommen, wenn die bekannten Grundlagen des deutschen Kommunikationsverfassungsrechts erläutert werden.

Darüberhinausgehend wird in einem gesonderten Abschnitt auf den internationalen Kontext, sprich die Wechselwirkung mit ausländischen Rechtssystemen, den Einfluss von Völker- und Europarecht und die Herausforderung durch Globalisierung und Digitalisierung eingegangen (§ 20 Rn. 100ff.). Letzterer Abschnitt (§ 20 Rn. 110ff.) mutet zunächst recht knapp an angesichts der fundamentalen Relevanz, die die Digitalisierung auf die Medienordnung und damit auch das Medienrecht hat.

Der Beitrag von *Schuler-Harms* rückt diesen Eindruck wieder zurecht: Hier wird dezidiert im Kontext der Medienverfassung auf die „Medienverfassung der Zukunft“ (§ 25 Rn. 78ff.) eingegangen, nachdem zuvor – auch hier – historische Bezüge (B., § 25 Rn. 9ff.), die Medienverfassung unter dem Grundgesetz (C., § 25 Rn. 26ff.) sowie die Medienverfassung unter Einfluss internationalen wie europäischen Rechts (D., § 25 Rn. 61ff.) besprochen werden. Dabei begnügt sich die Verfasserin nicht mit einer zusammenfassenden Darstellung der

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2021-4-598 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Grundzüge, sondern übt darüberhinausgehend beizeiten ausdrücklich Kritik, wenn sie – beispielsweise – konstatiert, dass die „landesrechtliche Medienregulierung und Medienaufsicht (…) wenig wirksam und leistungsfähig, wenig transparent und mit Defiziten an demokratischer Legitimation verbunden" sei (§ 25 Rn. 59).

Schuler-Harms geht bei der anschließenden, oben erwähnten Besprechung der zukünftigen Entwicklungen und des Wandels des Medienrechts so vor, dass sie zunächst die wandelnden Realbedingungen (§ 25 Rn. 78ff.) zwischen Konvergenzen, Neuen Diensten und Akteuren und hieraus entstehende Folgen für Information und Meinungsbildung drittelt und – im vierten Teil – das Resümee einer dynamischen, schwer vorhersehbaren Entwicklung zieht.

Positiv ist hervorzuheben, dass an kommunikationswissenschaftliche Erkenntnisse (z. B. § 25 Rn. 89) angeknüpft wird. Andererseits werden – freilich mit Verweis auf rechtswissenschaftliche Literatur – unkritisch ebenda z. B. sog. „Social Bots" als mehr oder minder gesichertes Phänomen erwähnt, obwohl deren Existenz derzeit stark umstritten ist (eine Gemeinsamkeit dieses Beitrages mit dem von *Kersten*, der in seinem Beitrag zum parlamentarischen Regierungssystem den Einsatz von Social Bots als Faktum darstellt, siehe § 11 Rn. 42). Ob man insofern dem Zwischenfazit unter 4. zustimmen mag, dass „Kommunikationswissenschaft und Ökonomie (…) derzeit nicht über hinreichend gesicherte und belastbare Erkenntnisse und Prognosen" verfügten, sei dabei dahingestellt.

Weiter schreitet die Autorin in dem Abschnitt vor, indem sie eine äußerst detaillierte Darstellung zu dem „Grundrecht der Medienfreiheit" (§ 25 Rn. 91ff.) unter kleinteiliger Auswertung aktueller Literatur wie Rechtsprechung präsentiert, um anschließend einen Ausblick auf potenzielle Auswirkungen auf die Kompetenzordnung (§ 25 Rn. 124ff.) zu geben. Insgesamt wird damit ein wertvoller Beitrag geleistet, der zwar – und das ist vielen medienrechtlichen Darstellungen gemein – bestimmte Phänomene als gegeben ansieht, zu denen es derzeit noch vermehrter kommunikationswissenschaftlicher Forschung bedarf, der gleichwohl als tauglicher Ausgangspunkt für weiterführende Überlegungen einen substantiierten inhaltlichen Grundstein legt.

Auch andere Abschnitte beinhalten Ausführungen, die medienrechtlich relevant sind. Ganz besonders gilt dies für die ausführlichen Erläuterungen von *Martin Eifert* zum allgemeinen Persönlichkeitsrecht (Rn. 91ff.) in seinem Abschnitt zur persönlichen Freiheit, § 18. Dort wird auch umfassend auf die Besonderheiten der digitalisierten Welt und Kommunikation eingegangen, insbesondere wird der Datenschutz und die informationelle Selbstbestimmung als zentrale Gegenwartsaufgabe (Rn. 128ff.) beschrieben und dort der Konzeption des Bandes entsprechend auf die Wirkmacht deutscher Konzeptionen auf internationaler, besonders europäischer Ebene hingewiesen.

Auch andere Beiträge zu den Kernelementen des deutschen Verfassungsrechts sind empfehlenswert, gerade weil sie nicht spezifisch medienrechtlich orientiert sind. Ob es die Bearbeitung von *Christoph Möllers* zum Verfassungsprinzip der Demokratie (§ 5) ist oder jene umfassende von *Ralf Poscher* zur Menschenwürde (§ 17): Hier werden unverzichtbare Grundlagen behandelt, deren Kenntnis für die Bearbeitung zahlreicher medienrechtlicher Problemstellungen unabdingbar ist.

Insofern können auch kommunikationswissenschaftliche Forschende von der Lektüre profitieren, um sich ein solides verfassungsrechtliches Grundwissen anzueignen. Wohl eher als Nachschlagewerk für bestimmte Grundfragen geeignet denn als einführende überblicksartige Darstellung des Verfassungsrechts insgesamt – dafür existieren bereits ausreichend Publikationen – kann der Band zudem rechtswissenschaftlichen Studierenden, Promovierenden sowie Praktiker:innen nahegelegt werden.

Dem Detailreichtum des Handbuches kann diese kurze Rezension nicht gerecht werden. Wohl aber finden sich insgesamt viele Anzeichen insbesondere in den erwähnten Kapiteln mit medienrechtlichen Bezügen, dass es seinem Anspruch als systematische Darstellung mit transnationaler Perspektive durchaus gerecht wird. Insofern kann mit guten Gründen vermutet werden, dass das Handbuch des Verfassungsrechts sich als Standardwerk etablieren kann. Zu hoffen ist dies auch angesichts des Umstandes, dass eine englischsprachige Übersetzung avisiert ist, die dazu führen könnte, dass das deutsche Verfassungsrecht vermehrt in dem internationalen rechtswissenschaftlichen Austausch Berücksichtigung findet.

Johannes Schmees

Johannes Schmees, Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut, Rothenbaumchaussee 36, 20148 Hamburg, Deutschland, j.schmees@leibniz-hbi.de, https://orcid.org/0000-0002-1513-0786

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2021-4-598 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Ole Nymoen / Wolfgang M. Schmitt
Influencer
Die Ideologie der Werbekörper
Berlin: Suhrkamp, 2021 – 192 S.
ISBN 978-3-518-07640-8

Es horkheimert und adornot! In ihrem Buch „Influencer: Die Ideologie der Werbekörper", einem veritablen Verkaufserfolg, unterziehen der Journalist Ole Nymoen und der Kritiker Wolfgang M. Schmitt die Influencerindustrie einer kritischen, an der Dialektik der Aufklärung (DdA) (Horkheimer & Adorno, 1944/2010) geschulten Analyse. Das ist, so finde ich, ein begrüßenswertes Unterfangen. Social-Media-Influencer*innen haben sich innerhalb weniger Jahre fest im popkulturellen Repertoire etabliert und sind zu wichtigen Fixpunkten gerade in jugendlichen Lebenswelten avanciert; gleichzeitig sind Arbeiten, die das Phänomen aus einer gesellschaftlichen Perspektive beleuchten, rar gesät.

Nymoen und Schmitt machen schnell klar, was sie von der Influencerindustrie halten. Ihre Leitthese lautet: „Wir sehen in ihnen [den Influencer*innen] eine ernst zu nehmende Gefahr, da sie antiaufklärerisch agieren und ihre Follower manipulieren. Sie erzeugen ein falsches Bewusstsein, das sie wiederum gewinnbringend auszubeuten wissen, ja, sie verherrlichen das ‚beschädigte Leben' im Spätkapitalismus." (S. 10) In zehn Kapiteln klopfen die beiden Autoren unterschiedliche Aspekte der Influencerwelt auf diese Manipulation ab. Sie nehmen u. a. die Klassenzugehörigkeit, den Körperkult, Geschlechterrollen, Dialogorientierung, gesellschaftspolitische Positionierungen und soziale Aufstiegsversprechen der Influencerwelt in den Blick. Ihre deutlich zu Tage tretende Mission: die Gesellschaft und insbesondere das Publikum der Influencer*innen aufzuklären, eventuell aber auch die Influencer*innen selbst, da diese, so die Autoren, „ihre Rolle als Kapitalrealisateure nicht begreifen: Sie sehen sich als Entertainer, die nebenbei werben, da sie in genau dieser Reihenfolge Karriere gemacht haben." (S. 48)

Ich habe das Buch mit Gewinn gelesen. Nymoen und Schmitt gelingt es über die gesamte Distanz anhand pointierter Beobachtungen, die Mechanismen der Influencerindustrie zu sezieren. So nehmen sie etwa im Kapitel „Rosa oder blau? Neue und alte Geschlechterrollen" das Phänomen der Instagram-Boyfriends als Ausgangspunkt für Überlegungen zur Emanzipation der Influencerinnen und ihrem Spiel mit dem *male gaze*. Allerdings beruhe diese Emanzipation darauf, dass die Followerinnen dem *male gaze* weiterhin unterworfen bleiben, denn nur so existiere ein Markt für die Produkte, deren Bewerbung die finanzielle Unabhängigkeit der Influencerinnen sichert. In wahrlich dialektischer Wendung folgern Nymoen und Schmitt: „Die Influencerinnen gelangen zur Autonomie, indem sie diese ihren Followerinnen verweigern." (S. 108) In der Gesamtschau ergibt sich eine umfassende Analyse der ideologischen Erzählung der Influencerwelt. Nebenbei erbringen Nymoen und Schmitt einen weiteren Beweis der ungebrochenen Aktualität der DdA.

Dennoch mag ich Nymoen und Schmitt nicht auf allen Pfaden folgen. So beruht etwa ihre Analyse im Kapitel „Berechenbare Kreativität" auf der unausgesprochenen Grundannahme, dass Influencerposts als Kunst zu analysieren seien. Diese Grundannahme dürfte aus der DdA stammen, in der Horkheimer und Adorno argumentieren, dass die Kulturindustrie die Kunst ihres emanzipatorischen Potenzials beraube, also der Fähigkeit, die Kontingenz der bestehenden Herrschaftsverhältnisse sichtbar zu machen. Nymoen und Schmitt kritisieren dann, dass „das Zusammenschneiden hektischer Videos oder das Fotografieren täglicher Mahlzeiten keine Kunst, keine große kreative Leistung" sei (S. 74). Aber ist dieser Anspruch ernsthaft an Influencerposts anzulegen?

Dazu kommt, dass die Autoren Momente, die womöglich ein transformatives Potenzial besitzen, geflissentlich ignorieren (insbesondere im Kapitel „Der gute Mensch von Instagram"): Politische Positionierungen von Influencer*innen entspringen für sie generell geschäftlichem Kalkül. Da ist, möchte ich behaupten, die kritische Theorie weiter, etwa wenn Winter (2019) nach den Lücken im Verblendungszusammenhang der Kulturindustrie fahndet. Statt pauschal von *den* Influencer*innen zu sprechen, hätte ich mich hier über mehr Differenzierung gefreut – dachte ich beim ersten Lesen. Inzwischen habe ich allerdings meinen Frieden mit der Pauschalisierung geschlossen. Denn eine differenzierende Analyse ist nicht die Mission dieses Buches, vielmehr schafft es als Pionierarbeit erst die Grundlage für eine solche Analyse.

So hat es mir Spaß bereitet, dieses zwischen sozialwissenschaftlicher Studie und essayistischer Streitschrift pendelnde Buch zu lesen, und dieser Spaß wird mir noch dadurch vergrößert, dass Nymoen und Schmitt ihre Argumente in geschliffenen, selbst in der Syntax mitunter an die DdA erinnernden Formulierungen vorbringen. Allerdings, und das finde ich schade, rutschen sie immer wieder ins Gehässige ab. Damit

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2021-4-598 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

bedienen die Autoren nur allzu gefällig die Vorurteile, die der Influencerbranche insbesondere im Feuilleton der deutschen Qualitätspresse entgegengebracht werden, und ich lehne mich sicherlich nicht allzu weit aus dem Fenster, wenn ich mutmaße, dass der Erfolg des Buches nicht zuletzt daher rührt, dass man hier in überaus eloquenter Weise Argumente dafür an die Hand erhält, weshalb man (weiterhin) verächtlich auf Influencer*innen herabblicken darf. Dass die Kritik an Influencer*innen im Grunde nur eine Stellvertreterdebatte ist, deren eigentliches Ziel m. E. in der Konsumfixierung der Konsumgesellschaft besteht, macht die Gehässigkeit umso widersinniger.

Nils S. Borchers

Dr. Nils S. Borchers, Universität Tübingen, Institut für Medienwissenschaft, Wilhelmstr. 50, 72074 Tübingen, Deutschland, nils.borchers@uni-tuebingen.de

Literatur

Horkheimer, M., & Adorno, T. W. (2010[1944]). Dialektik der Aufklärung: Philosophische Fragmente. Frankfurt am Main: Fischer.

Winter, R. (2019). Die Macht der Kulturindustrie im Spätkapitalismus. In U. H. Bittlingmayer, A. Demirović, & T. Freytag (Hrsg.), Handbuch Kritische Theorie (S. 1105–1124). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-12695-7_59.

Simon Strick

Rechte Gefühle

Affekte und Strategien des digitalen Faschismus

Bielefeld: transcript, 2021. – 480 S.

ISBN 978-3-8376-5495-0

„Sie sägen den Ast ab, auf dem sie sitzen, und der Baum fällt um". So lautet eine der zentralen, pointierten Einsichten in Simon Stricks umfassender, umsichtiger und fundierter Studie zu den affektiven Strategien des digitalen Faschismus. Gemeint ist die Ausnutzung demokratischer Freiheiten (sinnbildlich der Baum), um qua Agitation, Verunsicherung, Empörung und Umdeutung von Begriffen diese Freiheit auszuhebeln. „Der Baum fällt um und die Agitator*in auf dem Ast wird als Verkünder*in einer kritischen Meinung diskutiert", schreibt Strick. „Der Baum kann umfallen, weil der Ast von einer unsichtbaren Hand gehalten wird. Diese unsichtbare Hand gehört der Normalität, der Allgemeinheit – sie hält den Ast hoch, auf dem die sitzen, die sich durch notwendige Emanzipationsbelange bedroht, eingeschränkt, verdrängt und gecancelt fühlen" (S. 419f.). Dies ist nicht Adam Smiths „unsichtbare Hand des Marktes", sondern ihr Gegenteil: die tragende Hand der demokratischen Solidarität, des Aushandelns konträrer Interessen und damit auch die Verteidigung demokratischer Rechte als zentrale zivilgesellschaftliche Aufgabe.

Von Normalität ist in dieser beeindruckenden Studie vielfach die Rede. Allerdings ist es eine Normalität des Extremen. Strick analysiert die kulturellen und affektiven Modi von rechtsradikalem Gedankengut, das in sozialen Medien, Plattformen, Reddits und über private Textnachrichten geteilt und verbreitet wird. „Die Rechten sind also weder geheim noch weit weg" (S. 18), sie agieren öffentlich, zuweilen anonym, aber eben nicht im Hinterzimmer der Gesellschaft. Sie sind vernetzt, attraktiv und wortgewandt, laden zur Debatte ein. Sie greifen politische Fragen auf und übersetzen sie in affektive Positionen, bieten Orientierung in einer komplexen Welt, die die Identifikation mit vereinfachten, aber wirkmächtigen Narrativen und Weltbildern erlaubt. „Rechte Gefühle erlauben eine intime Identifizierung mit rechten Inhalten, Haltungen und Affekten, die nahe am eigenen Leben sind" (S. 29).

Dieser Klimawandel, wie Strick es nennt, wird forciert auf vielen Ebenen, von vielen Akteur*innen, Provakateur*innen und Bürger*innen gleichermaßen. In der Überforderung mit der Komplexität der Politik, der Globalisierung oder Ökonomisierung des Zusammenlebens, bietet der reflexive Faschismus eine Orientierung und einfache Antworten, die in ihren Ästhetiken und Darstellungsformen oft popkulturell, oft augenscheinlich unpolitisch oder unverfänglich wirken – shareable und likeable: „Der reflexive Faschismus steht der Risikogesellschaft also keineswegs skeptisch gegenüber. Die Diskurse der Gefährdung, Betroffenheit und des Affekts sind zum übergreifenden Prinzip der digitalisierten Medienlandschaft, von Politik und Kultur geworden. Die Alternative Rechte reitet auf dieser Welle und treibt sie enthusiastisch voran" (S. 133). Affektiv und nicht argumentativ, so diagnostiziert Strick, werden die Antworten des digitalen Faschismus als diskussionswürdige Beiträge zu gesellschaftlichen Debatten normalisiert, denn „das *affektive Bewusstsein*, das der reflexive Faschismus seinen Konsument*innen anbietet, impliziert keine Rückwärtswendung" (S. 124, Hervorh. i. Orig.).

Der Autor entwirft diesen Klimawandel des reflexiven Faschismus im ersten Teil seines Buches, weitgehend anhand und entlang einer gro-

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2021-4-598 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

ßen Anzahl von Primärquellen aus sozialen Medien, Reddit threads und dem Internet, Quellen, die offen und verfügbar sind, wie er mehrfach betont. Im Hauptteil des Buches werden anhand von 15 „Screenshots" die verschiedenen affektiven Strategien wiederum detailliert und kenntnisreich analysiert. Von weinenden Nazis ist dort zu lesen, die sich durch Gleichberechtigung in ihrer Männlichkeit verunsichert sehen. Es werden Debatten um Einwanderung und die Bedrohung der sogenannten Mehrheitsgesellschaft propagandistisch verwertet, seziert, polarisiert und in immer neue memes und Entrüstungen verpackt. Es geht um Corona und die Liebe zur Freiheit und die Diktatur des Systems. Strick wendet sich mikroskopisch den einzelnen Versatzstücken der Narration, der Ideologien und der Umwertung von Begriffen zu, zeigt am Beispiel, wie sich die Stränge der faschistischen „Gegen"-Erzählung verweben, verändern und konsensfähig werden.

Im dritten Teil findet sich ein umfangreiches Plädoyer für eine andere Art des Umgangs mit reflexivem Faschismus. Insbesondere betont Strick hier vier Bereiche: (1) Plattformlogiken und deren destruktive Geschäftsmodelle für gesellschaftlich-relevante, aber vielfach individuelle Kommunikation; (2) Aufklärung, Forschung und Kommunikation zu und über die Strategien des reflexiven Faschismus und seiner Position in der Gesellschaft; (3) ein „Männlichkeitsproblem", das mit einem Plädoyer für Offenheit und Diversität auch „*nicht-toxischen* Geschlechtermodellen für Männer" Platz gibt; und (4) ein Plädoyer für eine interdisziplinäre Extremismusforschung (412–415).

Daneben verweist Strick auch auf ein Journalismusproblem (S. 454f.) und ein Ost-West-Problem (S. 431f.). Auf der einen Seite gehört die Erinnerung und Mahnung an die Verbrechen der Nazizeit zur „privilegierte[n] Position der Mitte" (S. 431), ist allerdings ebenso selektiv und schließt Lebenswelten aus, die erst in ihrer Verletzung Anlass journalistischer Berichterstattung in der Gegenwart werden. Auf der anderen Seite steht die unzureichende Aufarbeitung der DDR-Zeit und Wiedervereinigung produktiv für faschistische Instrumentalisierung bereit – „1989=2020" (S. 432f.). Strick argumentiert daher: „[d]ie vielfachen Vereinfachungsmythen der westdeutsch-weiß-geprägten Normalität zu den letzten 30 Jahren müssen großräumig gesprengt werden" (S. 438), um die wohlfeile Instrumentalisierung der Wende von 1989 durch Rechts zu entkräften. Dies kann aber nur geschehen, wenn die gegenseitige Wahrnehmung unterschiedlicher Erfahrungen dieser Zeit kritisch wie produktiv auch Ungleichheit, Ausgrenzung und Stigmatisierung mit einbezieht.

Zusammenfassend liegt nach Strick das „reflexive Abschöpfungspotenzial der Alternativen Rechten" für die Virulenz ihrer dispersen wie konzertierten Agitation auf allen Kanälen auf der „Normalitätsfiktion, die zahllose Menschen in ihre Weltsicht und Institutionen in ihre Strukturen verbaut haben" (S. 426). Diese notwendige aber auch problematisch gewordene Fiktion „ebnet die real existierenden Unterschiede in der Demokratie ein, die auch Unterschiede der alltäglichen Lebensfähigkeit und Teilhabe sind". Als zentrale Strategie schlägt Strick daher vor: „Die Erfahrungsunterschiede müssen als *Ressourcen* verwertbar werden, damit sie dem Zugriff durch Rechts entzogen sind" (S. 426). Dies bedeutet eben, genau jene Erfahrungen der Ausgrenzung und Stigmatisierung nicht als negativen Effekt eines eigentlich funktionierenden Systems politischer Willensbildung zu begreifen, sondern *durch sie* die Wandelbarkeit demokratischer Teilhabe zu forcieren.

Christoph Raetzsch

Ass. Prof. Dr. Christoph Raetzsch, Aarhus University, Department of Media and Journalism Studies, Helsingforsgade 14, 8200 Aarhus N, Dänemark, craetzsch@cc.au.dk

Jennifer Wladarsch

Metakommunikation und die Qualität des Journalismus

Einfluss von Metakommunikation auf Qualitätserwartungen und -bewertungen bei Nachrichtennutzern im Internet

Baden-Baden: Nomos, 2020. – 339 S.

ISBN 978-3-8487-7964-2

Die digitale Revolution hat nicht nur Journalist:innen um ihre exklusive Gatekeeper-Rolle gebracht, sondern auch die Verhandlung über die Qualität ihrer Produkte zu einer öffentlichen Angelegenheit gemacht. Medienkritik, die früher nur an Küchen- oder Stammtischen geübt wurde, entwickelt nun durch ihre Sichtbarkeit und Interaktivität im Internet ganz neue Dynamiken. Welche Auswirkungen solche „Metakommunikation" über Journalismus darauf hat, wie Mediennutzer:innen die Güte von Berichterstattung wahrnehmen – damit beschäftigt sich diese Dissertation, die bei Christoph Neuberger an der LMU München ent-

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2021-4-598 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

standen ist (Zweitbetreuer: Wolfgang Schweiger).

Schließlich, so der Ausgangspunkt der Überlegungen, sind wir Menschen soziale Wesen und orientieren uns immer auch an anderen Menschen. In der Kommunikationswissenschaft fassen einige Konzepte wie Schweigespirale, Meinungsführer oder Social Navigation bereits eine solche Ko-Orientierung, und manche Studie über Nutzung und Wirkung von Kommentarforen legt einen Einfluss anderer Menschen auf die individuelle Wahrnehmung von journalistischer Qualität nahe (S. 18). Jennifer Wladarsch nimmt diesen Aspekt hier genauer unter die Lupe.

Die Genese von Qualitätsurteilen fasst die Autorin theoretisch mit einer Erweiterung des „Vier-Komponenten-Modells" der Wertlehre von Viktor Kraft (1951). Laut diesem Modell bestehen Werturteile aus dem Wertungssubjekt (Wer wertet?), dem Wertungsobjekt (Was wird bewertet?), dem Wert (angelegter Maßstab) und dem Wertprädikat (Ergebnis der Bewertung). Wladarsch fügt dem nun eine fünfte Komponente hinzu: die Erwartung. Die sei mit dem angelegten Maßstab (der normativen Erwartung) leicht zu verwechseln, gemeint ist aber „eine Wahrscheinlichkeitsannahme" darüber, „ob und inwieweit bestimmte Ansprüche (Werte) eintreffen werden" (S. 31): Wenn ich zum Beispiel tagesschau.de für ein sehr gutes Nachrichtenportal halte, wird diese Wert-Erwartung auch auf mein Urteil über einen einzelnen Beitrag dort abfärben. Diese theoretische Innovation (das „Fünf-Komponenten-Wertungsmodell", S. 33) ist plausibel und originell.

In der Folge konzeptualisiert die Autorin „Metakommunikation" als „Kommunikation über Kommunikation" und trifft eine Reihe von Unterscheidungen, vor allem zwischen angebotsseitiger und fremd- bzw. nutzerseitiger Metakommunikation. Denn nicht nur Nutzerkommentare, Facebook-Likes und Twitter-Shitstorms, sondern auch redaktionelle Empfehlungen, Formatbezeichnungen oder die Kurzvita einer Journalistin sind „metakommunikative Signale" (S. 127).

Im Feld sollen dann vier Forschungsfragen geklärt werden: (1) Welche Qualitätskriterien legen Nutzer:innen an journalistische Angebote im Netz an, (2) wie viel Aufmerksamkeit schenken sie angebots- und nutzerseitiger Metakommunikation, (3) welche Rolle spielt diese Metakommunikation für die erwartete Qualität (die fünfte Komponente) und (4) welche Rolle spielt sie bei der Genese von Qualitätsurteilen (S. 169–172). Die Autorin entscheidet sich für persönliche Leitfadeninterviews, um subjektive Sinnkonstruktionen und Relevanzzuschreibungen zu explorieren, und befragt 32 Personen, die sich v. a. nach Alter, formaler Bildung und der Häufigkeit der Online-Nachrichtennutzung unterscheiden.

Sie findet zum Beispiel heraus, dass mehr als die Hälfte der Befragten „nach der Bestätigung der eigenen Meinung sucht und dies auch offen explizit zugibt" (S. 268), während „[i]nsbesondere dominante Persönlichkeiten (…) einen Einfluss anderer auf ihre persönliche Meinungsbildung teilweise vehement von sich" weisen (S. 271). Abschließend bildet Wladarsch eine Nutzertypologie mit sechs Idealtypen, die auch von ihr vorgefundene Persönlichkeitsmerkmale beinhalten, und generiert einige Hypothesen für weiterführende Forschung.

Dem Rezensenten (als Wertungssubjekt) erscheint die Dissertation (Wertungsobjekt) als sehr solide Qualifikationsarbeit (Wertprädikat), wenn man Qualitätsmaßstäbe wie Systematik und Transparenz (Wert) anlegt; das entspricht auch der Erwartung. Insbesondere der tiefschürfende theoretische Teil überzeugt.

Auch der empirische Teil ist durchaus nach den Regeln der Kunst angefertigt. Doch beschleicht einen beim Lesen des Auswertungsteils das Gefühl, dass mehr Erkenntnis möglich gewesen wäre, wenn an einigen Stellschrauben gedreht worden wäre. Die exzerpierten Zitate wirken so zahm und freundlich gegenüber den etablierten Medien, dass man nicht glauben mag, dass sie die tatsächlich vorhandene Varianz im Jahr 2016 abbilden – als laut Mainzer Langzeitstudie Medienvertrauen mehr als jeder Vierte meinte, die Medien würden zusammen mit der Politik die Bevölkerung manipulieren.

Die Rekrutierung der Proband:innen erfolgte über die Studierenden eines LMU-Seminars (S. 202), die offenbar ihr persönliches Umfeld anzapften; das ergab wohl überwiegend gut situierte Milieus in Süddeutschland und Österreich (Ostdeutschland als Hochburg der Medienskepsis ist weit weg von München). Der klug konstruierte, aber vollgepackte Leitfaden ließ scheinbar wenig Zeit für offenes Erzählen, Beispiele und Nachhaken zu heiklen Themen – wirklich aus der Reserve gelockt wurde man als Befragte:r nicht. Und die Auswertungsmethode (Inhaltsanalyse nach Mayring) war wenig dazu geeignet, Latentes und Unbewusstes zu entdecken, Widersprüche in den Selbstpräsentationen offenzulegen und hinter die Fassade der sozialen Erwünschtheit zu blicken (derer sich die Autorin auf jeden Fall bewusst war, S. 182, 209, 285, 290). Eine tiefenhermeneutische Auswer-

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2021-4-598 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

tung in Kombination mit einem lockereren Leitfaden und anderen Rekrutierungswegen hätte wahrscheinlich aufregendere Ergebnisse und eine größere Varianz an Typen ergeben. Sie hätte aber natürlich einen höheren Aufwand bedeutet und eine Interpretationsgruppe erfordert, was für ein One-Woman-Projekt wie diese Doktorarbeit vielleicht zu viel verlangt ist.

Nicht zu viel verlangt ist aber ein gründliches Lektorat, das die leider recht zahlreich vorhandenen Fehler à la „Was ist bedeutet Erwartung?“ (S. 31), „Vielfalt wird auch als ‚Meta-Norm‘ diskutiert wird“ (S. 46) oder „Aktualtisierung“ (S. 50) vor Drucklegung hätte beseitigen müssen.

Uwe Krüger

Dr. Uwe Krüger, Dipl.-Journ., Universität Leipzig, Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft, Lehr- und Forschungsbereich Journalismus, Zentrum Journalismus und Demokratie der Universität Leipzig, Nikolaistr. 27-29, 04109 Leipzig, Deutschland, uwe.krueger@uni-leipzig.de

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2021-4-598 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY