

8. Zusammenfassung und Ausblick: Mediale Affektökonomie

Nachdem im vorherigen Teil die Ergebnisse der Analyse dargestellt wurden, gilt es nun zu zeigen, wofür die generierten empirischen Erkenntnisse jenseits des Phänomens der Castingshow GNTM gelten. In der anschließenden Konklusion wird daher ein allgemeines Modell einer medialen Affektökonomie entworfen und die Ergebnisse über die spezifischen Fälle hinaus generalisiert. Die Arbeit trägt damit zu einer Theoretisierung der gesellschaftlichen Aushandlung von Emotionsrepertoires in unterschiedlichen Kommunikationsumgebungen bei und schärft das Verständnis für medial erzeugte Inklusions- und Exklusionsprozesse. Anhand der empirischen Analyse wird plausibel gemacht, wie Online-Debatten verlaufen können und wie dabei Orientierungen gegenüber Subjekten, Objekten, Kollektiven oder Artefakten entstehen. Die Frage, die diese Studie und dieses zusammenfassende Kapitel antreibt, adressiert die komplexe Rolle, die Emotionen und Affekte in medialer (Online-)Kommunikation spielen. Dabei geht es um die ordnungs- und orientierungsstiftende Funktion (sozialer) Medien bei der Entstehung von Inklusions- und Exklusionsprozessen im Rahmen medialer Affektökonomien.

Bevor jedoch eine abschließende und theoretisierende Einordnung der empirischen Ergebnisse erfolgt und dargestellt wird, was unter medialen Affektökonomien zu verstehen ist, werden zusammenfassend noch einmal die Grundannahmen und Erkenntnisse der Arbeit rekapituliert.

8.1 Ausgangspunkte der vorliegenden Arbeit

Vor dem Hintergrund der medien- und kommunikationswissenschaftlichen Forschung über Emotionen und Affekte im Reality TV entwickelt die vorlie-

gende Studie eine affekttheoretische Perspektive, die es erlaubt, gegenwärtige Dynamiken der Online-Kommentierung und daraus entstehende Orientierungen gegenüber anderen Körpern zu analysieren, über die beispielsweise geschlechtliche, ethnische, soziale Differenzen oder Gemeinsamkeiten ausgehandelt werden. Ziel der Studie ist die Analyse von Aushandlungsprozessen emotionaler Ausdrucks- und Verhaltensweisen im Rahmen affektiv basierter Formen der Anschlusskommunikation zur Sendung GNTM auf dem entsprechenden Social TV-Angebot des Senders auf der Plattform Facebook. Dabei geht es um die Frage, wie die in den Sendungen ausgestellten Emotionsrepertoires und deren Inszenierung durch affizierende Register bewertet und strukturiert werden und wie dabei unterschiedliche Orientierungen in Bezug auf andere Körper entstehen.

Ausgangspunkt der Arbeit ist ein rezeptionsästhetisches Verständnis medialer Kommunikation, durch das sich das Verhältnis zwischen medialen Angeboten und ihren Publika als relational bestimmen lässt. Die ästhetischen und narrativen Elemente der Castingshow GNTM werden dabei hinsichtlich ihrer sinnlich-körperlichen und verbindungsstiftenden oder abgrenzenden Funktion für das Publikum und deren Rezeption im Rahmen der Kommentierung auf Facebook betrachtet. Derartige Relationalitäten zwischen unterschiedlichen humanen und non-humanen Körpern lassen sich mit Hilfe affekttheoretischer Annahmen analysieren. Affektive Relationalität beschreibt Beziehungen und Prozessualitäten zwischen miteinander verbundenen Körpern. Aus einer solchen Perspektive lässt sich mediale Kommunikation als situatives, wechselseitiges Aufeinanderbezogensein medialer Inszenierungen, menschlicher Körper und (Medien-)Technologien verstehen. Ein affekttheoretischer Zugang ermöglicht es, die Komplexität der Relationalitäten zwischen unterschiedlichen Körpern und damit einhergehenden materiellen Bedingungen und Resonanzen zu beschreiben. In transmedial vernetzten Medienarrangements trägt ein solches Verständnis dazu bei, Fernsehinhalte nicht mehr separat als in sich abgeschlossene Medientexte zu analysieren (Shimpach, 2020, S. 5), sondern als miteinander verbundene und sich gegenseitig beeinflussende Geflechte. So erzeugt der Transfer televisuellen Materials in die Sphäre digitaler Netzkommunikation eine Vielzahl an Verbindungen und Verflechtungen, die sich anhand einer relationalen Analyse nachzeichnen lassen.

Die Medien- und Kommunikationswissenschaft profitiert hierbei von affekttheoretischen Annahmen. So lassen sich damit dualistische Strukturen, von Innen und Außen, Subjekt und Objekt, Körper und Geist, human und

non-human überwinden (Lünenborg et al., 2018, S. 427) und die Analyse um die Dimension des Non-Repräsentationalen erweitern. Die bislang in der Medien- und Kommunikationswissenschaft vorherrschende Dominanz des Signifikanten, der Ideologie und Repräsentation wird dabei ergänzt durch einen Blick auf die Rolle von Körpern, der Verbundenheit sowie Getrenntheit von Körpern und ihrer Fähigkeit, affektive Resonanzen herzustellen.

Der Studie liegen dabei eine Reihe konzeptueller und methodologischer Überlegungen zugrunde, die an dieser Stelle nochmal zusammenfassend vergegenwärtigt werden. Das Konzept der medialen Affektökonomie dient der Beschreibung des Verhältnisses zwischen Emotionsrepertoires, affizierenden Registern und affektiven Medienpraktiken sowie dazwischen entstehenden *networked affects*. Mit dem Konzept der Emotionsrepertoires wird der im Rahmen von Medienformaten inszenierte flexible, aber dennoch regulierte Umgang mit Regeln des emotionalen Ausdrucks und Verhaltens umschrieben. Die Inszenierung der verschiedenen Emotionsrepertoires erfolgt über affizierende Register. Damit werden Ensembles ästhetischer und narrativer Inszenierungsmittel erfasst, die darauf abzielen, das Publikum sinnlich-körperlich zu affizieren und Empfindungen der Verbundenheit oder Abgrenzung hervorzurufen. In sich ausdifferenzierenden Medienumgebungen zirkulieren die auf diese Weise inszenierten Emotionsrepertoires und stellen *networked affect* her. Damit lassen sich die zwischen den beteiligten Körpern entstehenden Affekte beschreiben. Das, was sie in Form von Handlungssteigerungen oder -minderungen in Bewegung setzen, lässt sich wiederum mit dem Konzept der affektiven Medienpraktiken erfassen. Der Blick richtet sich dabei auf die aus der Interaktion zwischen Medientext und Zuschauenden sowie zwischen Zuschauenden entstehenden körperlichen Momente der Bewegung, die einzelne Körper zueinander in Relation setzt. Affekte richten dabei Körper aufeinander aus. Das Konzept der medialen Affektökonomie dient somit der Beschreibung, wie solche Orientierungen gegenüber anderen Subjekten, Objekten, Kollektiven oder Artefakten entstehen und Emotionen strukturiert werden.

Die bisherige Forschung hat diesbezüglich zwar darauf verwiesen, dass Fernsehsendungen Affizierungen des Publikums erzeugen. Meist wird jedoch relativ pauschal auf die Inszenierung von Unmittelbarkeit und Intimität verwiesen sowie Scham als eine der zentralen inszenierten Emotionen im Reality TV angeführt. Bislang ist noch weitestgehend ungeklärt, ob die eingesetzten Mittel immer affizieren, in unterschiedlichen Intensitäten oder ob Affizierungen gar ganz ausbleiben. Trotz des gestiegenen Interesses der Erforschung

von Emotionen, Affekten und ihrer Rolle in Bezug auf Medien wurden Fragen, wie Emotionen in audiovisuellen Medien repräsentiert und ausgedrückt werden und welche Rolle sie für die Rezeption spielen, bislang kaum behandelt. Insbesondere relationale Aspekte, die Körper aufeinander orientieren und der Einfluss veränderter Rezeptionsweisen des Fernsehens durch soziale Medien wurden noch nicht hinreichend untersucht. In Bezug auf die Erforschung affektiver Formen der Online-Kommentierung im Social TV kann jedoch auf bisherige Erkenntnisse zur Social Media-Kommunikation im Allgemeinen sowie auf durch die Affect Studies inspirierte Studien zu affektiven Dynamiken zurückgegriffen werden. Analysen, die Relationalitäten zwischen Medientexten und deren Kommentierung im Social TV in den Blick nehmen, sind bislang hingegen noch rar. So stehen Studien zur Rolle und Bedeutung von Emotionen und Affekten im Reality TV und Untersuchungen, die deren Kommentierung in den Blick nehmen, bislang eher unverbunden nebeneinander. Eine modellhafte Beschreibung der Muster und Formen von Verbindungen sich gegenseitig affizierender und affizierter Körper innerhalb dieses Geflechts erscheint daher sinnvoll.

Entsprechend wurde in der vorliegenden Arbeit ein methodisches Vorgehen entwickelt, das genau jene relationalen Prozesse und Dynamiken in den Blick nimmt. Dazu wurde ein Verfahren erarbeitet, mittels dessen sich multimodale Elemente der Social TV-Angebote und Relationalitäten zwischen Medientext und dessen Kommentierung auf Social TV-Angeboten analysieren lassen. Für die Analyse der inszenierten Emotionsrepertoires wurde ein analytisches Vorgehen eingeführt, das affizierende Register und damit die auf eine sinnlich-körperliche Affizierung und auf Empfindungen von Verbundenheit oder Abgrenzung der Zuschauer*innen abzielende Inszenierung, in den Blick nimmt. Auf den Ebenen, auf denen sich Emotionen darstellen – Körper, Verhalten und Interaktion sowie Diskurs – wurden hierzu analyseleitende Fragestellungen formuliert, die sich nicht nur auf Castingshows oder Reality TV-Formate, sondern auch auf andere audiovisuelle Medienformate anwenden lassen. Die Analyse affizierender Register stellt eine methodisch innovative Ergänzung bisheriger Film- und Fernsehanalysen dar. Der Blick auf sinnlich-körperliche Affizierungen der Zuschauer*innen erweitert Erkenntnisse aus Analysen der Repräsentation und rückt die mit der Bedeutungsherstellung einhergehenden körperlichen, materiellen und sensitiven Prozesse sowie Fragen der Relationalität unterschiedlicher Körper in den Mittelpunkt. Die bislang in der medien- und kommunikationswissenschaftlichen Analyse audiovisueller Medientexte vorherrschende Betonung der Repräsentation

wird dabei nicht in Opposition zu einem affekttheoretisch informierten Zugang betrachtet, sondern als wechselseitig aufeinander bezogene und sich gegenseitig beeinflussende methodologische Zugänge. Der Blick auf die Bedeutung des Körpers, die Spürbarkeit von Materialitäten und Atmosphären und der Fokus auf Relationalitäten zwischen unterschiedlichen Körpern und damit einhergehenden Resonanzen (insbesondere in digitalen Medienumgebungen) ergänzt dabei Analysen der Repräsentation.

Für die Untersuchung der Kommentierung von Medientexten im Social TV wurde im Anschluss daran eine inhaltlich-strukturierende Inhaltsanalyse durchgeführt. Die Kommentare wurden anhand der drei Hauptkategorien Bewertung, Inwert-Setzung und Dynamiken ausgewertet. Um auch formale und strukturelle Merkmale der Online-Komentierung zu erfassen, wurde die qualitative Analyse durch quantitative Betrachtungen ergänzt und auch Anzahl der beteiligten Kommentierenden, ihrer Handlungen, der Handlungen insgesamt, der wechselseitigen Bezugnahmen sowie der Umfang der Modalitäten analysiert.

Anhand der Kombination der beiden Methoden lassen sich Relationalitäten zwischen Medientext und Verortungen des Publikums nachzeichnen. Die Analyse umfasste dabei insgesamt vier auf dem Social TV-Angebot der Castingshow GNTM gepostete Sendungsausschnitte, zu denen insgesamt 2.468 Kommentare und Antwortkommentare rekonstruiert wurden. Die Ergebnisse der einzelnen Analysen wurden schließlich miteinander verglichen, um daraus Überlegungen für eine Theorie der medialen Affektökonomie abzuleiten, die im Folgenden dargestellt werden.

8.2 Theoretische Konzeption medialer Affektökonomie

Anhand der zuvor beschriebenen Ausgangspunkte und der Ergebnisse der affekttheoretisch informierten, relationalen Analyse lässt sich nun identifizieren, wie innerhalb eines Geflechts sich gegenseitig affizierender und affizierter Körper *networked affects* entstehen und wie diese Körper aufeinander ausrichten. In audiovisuellen Medientexten werden spezifische emotionale Ausdrücke und Verhaltensweisen auf- oder abgewertet und bestimmten Körpern über die Inszenierung Affekte angehaftet. Affizierende Register sorgen dabei für eine sinnlich-körperliche Affizierung des Publikums und dadurch entstehende Orientierungen auf andere Körper. In ausdifferenzierten Medienumgebungen werden Emotionen beispielsweise jedoch nicht nur in Fern-

sehsendungen ausgestellt, sondern auch auf anderen Verbreitungswegen produktiv gemacht. Die Zirkulation von Inhalten auf Social Media-Plattformen ermöglicht dem Publikum wiederum die Inhalte zu teilen, zu bewerten oder zu kommentieren. Der Begriff medialer Affektökonomie beschreibt diese Zirkulation, Austausch und Valorisierung von Emotionen, durch die bestimmte Dynamiken entstehen und Affekte Körper bewegen oder hemmen. Die analysierten Beispiele führen dabei zu fünf Thesen, die definierende Tendenzen einer medialen Affektökonomie beschreiben und im Folgenden ausgeführt werden.

1. In einer medialen Affektökonomie mobilisiert die Inszenierung von Paradoxien den Austausch über Emotionsrepertoires.

Audiovisuelle Medientexte vermitteln Zuschauer*innen Wissen darüber, was, wann, wie, durch wen und zu welchen Zwecken als wertvolle emotionale Ausdrücke und Verhaltensweisen erachtet wird. Inszeniert wird, wie spezifische Emotionen auf angemessene Weise körperlich ausgedrückt, ausgehandelt und reguliert werden. Bestimmte Emotionen gelten dabei als erstrebenswert, während andere möglichst verborgen werden sollen, wobei die Grenzen solcher Emotionsrepertoires stetig verhandelt werden. Die vorliegende Analyse konnte aufzeigen, dass im Rahmen audiovisueller Medientexten Paradoxien inszeniert werden, durch die unvereinbare, aber untrennbar miteinander verbundene Widersprüche entstehen, beispielsweise, wenn zu überwindende Emotionen beständig durch affizierende Register herausgefordert werden, die für das Publikum auf der Ebene des sinnlich-körperlichen Empfindens das Gegenteil erzeugen. Insbesondere der Einsatz affizierender Register, die auf sinnlich-körperlicher Ebene Eindrücke provozieren, die den erwünschten Emotionen widersprechen, können bei Zuschauer*innen ein Spannungsfeld an Empfindungen sowie Unruhe erzeugen und eine Auseinandersetzung mit Emotionsrepertoires in Gang setzen, die unter anderem auch medial vermittelt stattfindet, beispielsweise über soziale Medien oder Social TV.

2. In medialen Affektökonomien erzeugt insbesondere die Inszenierung von Spielverderber*innen networked affects, die Zuschauer*innen erregen und affektive Medienpraktiken mobilisieren können.

Die Figur des Spielverderbers oder der Spielverderberin eignet sich in besonderer Weise, um von den üblichen (Spiel-)Regeln abweichende emotionale Verhaltensweisen und Ausdrücke deutlich zu machen. Durch sie werden bestehende Ordnungen herausgefordert und erscheinen bedroht. Die Analyse konnte aufzeigen, dass die Figur des Spielverderbers oder der Spielverderberin Zuschauer*innen besonders erregt und bewegt. Sie hat handlungssteigernden Charakter und erzeugt *networked affects* zwischen unterschiedlichen Körpern, die wiederum affektive Medienpraktiken mobilisieren können. Die analysierten Beispiele belegen, dass die im Rahmen der Konfliktsituationen inszenierte Erregung wiederum die Erregung des Publikums antreibt und rund um die Figuren der Spielverderber*innen Verdichtungen von Kommentaren entstehen, anhand derer Emotionsrepertoires ausgehandelt werden. Indem Spielverderber*innen andere Körper hemmen oder behindern und bestehende Ordnungen in Frage stellen, entstehen Resonanzen, die wiederum Zuschauer*innen dazu aufrufen können, geltende Regeln zu überprüfen, sich der eigenen Position zu versichern und Zugehörigkeit oder Abgrenzung herzustellen. Über die Figur des Spielverderbers oder der Spielverderberin verständigen und vergewissern sich (Online-)Gemeinschaften über die Grenzen von Emotionsrepertoires. Die Figur des Spielverderbers oder der Spielverderberin als Bezugsobjekt und Antrieb von Erregung findet sich dabei nicht nur in Castingshows, sondern zeigt sich auch in anderen sozialen Kontexten und medialen Debatten. So beispielsweise beim Rücktritt des Fußballers Mesut Özil aus der deutschen Fußballnationalmannschaft im Juli 2018 oder im Fall des Politikers Thomas Kemmerich, der im Februar 2020 seine, durch Stimmen der AfD ermöglichte, Wahl zum Ministerpräsidenten in Thüringen annahm. Dabei erregt jeweils derjenige Körper, durch den bestehende Ordnungen in Frage gestellt werden. Diese Körper setzen gesellschaftliche Aushandlungsprozesse in Gang und mobilisieren affektive Medienpraktiken, durch die in Bedrohung geratene Ordnungen ausgehandelt werden.

3. In einer medialen Affektökonomie dienen affektive Medienpraktiken der (Wieder-)Herstellung von Ordnung.

Affektive Medienpraktiken dienen dabei dem Austausch über Emotionsrepertoires, deren Ordnung im Rahmen einer medialen Affektökonomie stattfindet. Hierzu tragen auch die jeweiligen affizierenden Architekturen der Medien bei, insbesondere die sozialer Medien. Soziale Medien zielen auf eine

Engführung des Ausdrucks von Emotionen ab. Durch ihre beständige Aufforderung, die eigene Meinung oder das individuelle Empfinden öffentlich zu machen sowie andere Äußerungen zu bewerten, begünstigen sie emotionale Äußerungen und rufen gleichzeitig zur Verständigung über die Gültigkeit inszenierter Emotionsrepertoires auf. Damit regen sie den Austausch über Emotionsrepertoires an und die Verhandlung ihrer Grenzen auf den unterschiedlichen Ebenen des Körpers, des Diskurses und der Praktiken. Im Rahmen dieses Austauschs begegnen sich mediale Inszenierungen, Medientechnologien und humane Körper. Dabei lassen sich *networked affects* an Konsonanzen oder Dissonanzen ablesen, die Ordnungsprozesse in Bewegung setzen und somit auch eine strukturierende Funktion haben. *Networked affects* gehen aus der medialen Struktur hervor und (re-)produzieren diese zugleich mit. Zwar sind Online-Kommentare fragmentarisch, aber bei näherer Betrachtung lassen sich Wiederholungen oder Häufungen erkennen, Ähnlichkeiten der Bezüge oder der Inhalte und auch der emotionalen Ladung, die auf Ordnungen verweisen. Durch die einzelnen Bewertungen und Positionierungen entsteht ein Ordnungsgefüge, durch das die inszenierten Emotionsrepertoires bestätigt, imitiert oder aber auch abgelehnt oder neu ausgehandelt werden. Insbesondere die Inszenierung von Spielverderber*innen als Repräsentanten gegenteiliger Ordnung kann hierbei entweder ›Geburtshelfer‹ einer neuen Ordnung sein oder dazu anregen, bestehende Ordnungen zu konsolidieren. Innerhalb medialer Affektökonomien werden solche Ordnungen vor allem emotional strukturiert. Dies geschieht im Wesentlichen über affektive Medienpraktiken.

4. Im Rahmen einer medialen Affektökonomie erzeugen affektive Medienpraktiken Abstoßungsprozesse, durch die Körper aufeinander orientiert werden und als bedroht empfundene Ordnungen repariert werden.

Belustigungen, Ironie, Zuspruch, Beleidigungen sowie Beschuldigungen und Verurteilungen dienen als affektive Medienpraktiken vor allem der Exklusion derjenigen Körper, durch die eine geltende, bestehende Ordnung als bedroht empfunden wird. Die affektiven Medienpraktiken zielen auf eine Abwertung dieser Körper und schreiben ihnen Emotionen zu, die als deviant bewertet werden. In der Regel wird dabei gleichzeitig eine Dichotomie zwischen Körpern aufgemacht, die sich emotional angemessen ausdrücken und verhalten sowie denjenigen, die davon abweichen. Die mediale Affektökonomie ist da-

bei vor allem durch erzeugte Abstoßungsprozesse gekennzeichnet, die Ausschluss anstreben. Es handelt sich um eine Logik der Zurückweisung, Abwendung und Entzweiung, die jedoch wiederum zu Vernetzungen und Gemeinsamkeiten führen kann zwischen jenen, die die als wünschenswert bewerteten Emotionen gekonnt anwenden. Abstoßungsprozesse und die Exklusion von Körpern lassen sich damit als eine Art Antrieb zur Reparatur einer als bedroht empfundenen Ordnung verstehen und sind konstitutive und strukturierende Bestandteile medialer Affektökonomie.

Aufschlussreich sind solche abwertenden affektiven Medienpraktiken – die teilweise sehr verletzende und gehässige Äußerungen nach sich ziehen – insbesondere in Folge der Banalität der inszenierten Inhalte und in Bezug auf eine von sozialen Medien intendierte »ideology of liking« (Fuchs, 2014, S. 160). Sie erklären sich vermutlich aus dem Bedürfnis heraus, durch die Exklusion und Abwertung eine jeweils erwünschte Ordnung (wieder-)herzustellen. Annahmen, die davon ausgehen, dass in sozialen Medien »[...] die Demütigung, der Spaß an Erniedrigung, Beschämung als Selbstzweck« (Frevort, 2017, S. 141) geschieht, sollten diesbezüglich ergänzt werden. Die empirische Analyse weist darauf hin, dass solche Praktiken nicht nur aus Freude und Spaß vorgenommen werden, sondern auch der (Rück-)Versicherung und (Wieder-)Herstellung erwünschter Ordnungen dienen können.

5. In einer medialen Affektökonomie entsteht Wert durch unterschiedliche Dynamiken der Kommentierung.

Der Austausch über inszenierte Emotionsrepertoires und die (Wieder-)Herstellung von Ordnung findet in sozialen Medien anhand einzelner punktueller, spotartiger Bewertungen und Meinungs- und Emotionsäußerungen statt, die sich ausdehnen, verbreiten und anhäufen oder abflauen und vermindern können. Affizierende Register steuern dabei, welche Dynamiken entstehen. Bisherigen Erkenntnissen, die »affective feedback loops« (Boler & Davis, 2018), »drive« (Dean, 2010, 2015), »affective jolts« (Paasonen et al., 2015) oder »digital disaffect« (Petit, 2015) als hemmende oder anregende Faktoren für die Online-Komentierung verantwortlich machen, kann die vorliegende empirische Analyse weitere Beschreibungen entstehender Dynamiken hinzufügen. Anhand der Analyse konnten dabei identifiziert werden: Ausdehnung und Verstärkungen durch *vernetzten Spott* und *Wider- und Nachhall* sowie Ausklingen durch *kontrapunktische Dynamiken* und *Delay*. Sie alle zeichnen sich

durch eine spezifische temporale Struktur aus. Über diese unterschiedlichen Dynamiken erfahren inszenierte Emotionsrepertoires und Körper Auf- oder Abwertungen. Die Ausdehnung und Verbreitung von Meinungs- und Emotionsäußerungen sowie Bewertungen führt dabei zu Intensitäten, die Körper bewegen, während das Ausklingen und Verlangsamten Bewegung hemmt. Insbesondere Verlinkungen sowie wider- und nachhallende Meinungsäußerungen entfalten eine aktivierende Energie, treiben die Auseinandersetzung mit den inszenierten Emotionsrepertoires voran und dienen der Verstärkung und Konsolidierung der zirkulierenden Inhalte.

8.3 Fazit

Mit der Beschreibung dieser Tendenzen medialer Affektökonomie liefert die vorliegende Arbeit einen Beitrag zu einem theoretischen Verständnis impliziter affektiver Dynamiken medialer Kommunikation. Anhand der Kombination von Analysen des Medientexts und der Online-Kommunikation im Social TV konnten Relationalitäten in Form von Affizierungen und dem Affiziert-Werden unterschiedlicher an medialer Kommunikation beteiligter Körper aufgezeigt werden. Mittels affekttheoretischer Annahmen lassen sich dadurch Verbundenheit, Prozessualität und Temporalität dynamischer Verflechtungen zwischen Fernsehen, sozialen Medien und Publikum in den Blick nehmen. Die Arbeit leistet damit einen Beitrag zum Verständnis davon, wie Körper in medialen Affektökonomien aufeinander orientiert werden. Das Konzept kann erklären, wie die Inszenierung von Emotionsrepertoires und affizierenden Registern, Meinungs- und Emotionsäußerungen sowie Bewertungen, den Wert von Körpern bestimmt und wie dabei unterschiedliche Muster gegenseitiger Affizierungen entstehen.

Die Arbeit zeigt dabei auf, wie über die Inszenierung von Paradoxien und Spielverderber*innen Abstoßungs- und Exklusionsprozesse zwischen Körpern entstehen, die sich einerseits als affektiv grundierte Instrumente der Gruppenbildung verstehen lassen und andererseits der (Wieder-)Herstellung von Ordnung dienen. Dabei bleibt jedoch offen, ob sich die herausgearbeitete Figur des Spielverderbers oder der Spielverderberin im Rahmen von »affective publics« (Papacharissi, 2015) nicht auch in eine Art »Revolutionsfigur« verwandeln kann, durch die bestehende Ordnungen umgeworfen und transformiert und soziale Bewegungen mobilisiert werden und unter welchen Voraussetzungen dies geschehen kann. Unbeantwortet bleibt auch,

welche Rolle und welchen Anteil der Wettbewerbscharakter des Formats GNTM für die entstehenden Abstoßungsprozesse und die Exklusion von Spielverderber*innen in den Kommentaren spielt. Die Konkurrenz von Gewinnerinnen und Verliererinnen ist Teil der Dramaturgie der Castingshow und drängt Zuschauer*innen zur Parteinahme. Aufgrund der methodischen Anlage der Studie beziehen sich die beschriebenen Dynamiken der Online-Kommentierung auf konflikthaft verhandelte Emotionsrepertoires und es kann nicht beantwortet werden, welche Resonanzen und Dynamiken sich beispielsweise durch Ausschnitte ergeben, in denen ein Sieg inszeniert wird. Es lässt sich auch nicht klären, in welcher Weise sich bereits ›Kulturen der Kommentierung‹ in sozialen Medien entwickelt und sich beispielsweise bestimmte Formen beleidigender Kommentare bereits etabliert haben. Zudem muss mit den erhobenen Daten und verallgemeinernden Aussagen vorsichtig umgegangen werden: Ausmaß und Intensität der Kommentierung spiegeln keineswegs Bewertungen und Affizierungen der gesamten Nutzer*innen wider.

Nichtsdestotrotz liefert der spezifische Blick Hinweise auf mögliche Muster und Prozesse. Die vorliegende Arbeit kann damit einen kleinen und speziellen Ausschnitt des komplexen Gefüges medialer Affektökonomie beschreiben. Sie bezieht sich auf ein spezifisches Medienformat und dessen Kommentierung im Social TV durch eine spezifische Zielgruppe. Zwar lassen sich die Aussagen dadurch nicht auf jegliche Medienangebote übertragen, jedoch bietet die vorliegende Untersuchung mit der Analyse affizierender Register auf methodischer Ebene eine innovative Ergänzung bisheriger Film- und Fernsehanalysen durch die körperliche, materielle und sensitive Prozesse in den Mittelpunkt rücken. Durch die Kombination der Analyse affizierender Register mit einer inhaltsanalytischen Untersuchung der Social TV-Kommentare zur Sendung lassen sich Relationalitäten in den Blick nehmen. Die Studie bietet damit einen Einblick, wie ein populärkulturelles Fernsehformat gesellschaftliche Strukturen des Emotionalen prägen und durch *networked affects* Körper aufeinander orientieren kann.

So konnten die Analysen zeigen, dass sich die mediale Debatte über die Castingshow GNTM insbesondere dann aufheizte, wenn unvereinbare Widersprüche zwischen der Adressierung des sinnlichen Erlebens und als erwünscht inszenierten emotionalen Ausdrücken und Verhaltensweisen sichtbar wurden. Über Verlinkungen und echoähnliche gegenseitige Affirmationen wird die mediale Verständigung über diese Paradoxien weiter ausgebreitet und erfährt dadurch eine Aufwertung. Die Arbeit zeigt damit

auch, dass Ordnungsprozesse durch *networked affects* gesteuert werden und Affekte Einfluss auf Bewertungen und Meinungsäußerungen entfalten. Abwertungen und Hasskommentare in sozialen Medien dienen dabei auch der (Wieder-)Herstellung von umkämpften Ordnungen. Insbesondere die Figur des Spielverderbers oder der Spielverderberin hat hierbei einen antreibenden Charakter und stellt *networked affects* zwischen unterschiedlichen Körpern her, die wiederum handlungssteigernd sein können. In den analysierten Beispielen führte dies stets zu Abstoßungsprozessen, durch die Spielverderber*innen ausgeschlossen und etablierte Ordnungen repariert wurden. Die Analyse liefert damit einen spezifischen Einblick, wie ein global zirkulierendes, populärkulturelles Format wie GNTM gesellschaftliche Strukturen des Emotionalen sowie Orientierungen gegenüber anderen Subjekten, Objekten, Kollektiven und Artefakten prägen kann.