

LITERATUR

Besprechungen

Thomas Birkner / Patrick Merziger / Christian Schwarzenegger (Hrsg.)

Historische Medienwirkungsforschung

Ansätze, Methoden und Quellen

Köln: Herbert von Halem, 2020. – 321 S.

ISBN (Print) 978-86962-310-8

Die Frage von „Wirkungen“ gehört zu den schwierigsten und umstrittensten Gegenständen der Medien- und Kommunikationsforschung. Das gilt naturgemäß erst recht, wenn es darum geht, ihr in der Vergangenheit auf die Spur zu kommen. Forscher:innen sind auf die oft eher spärlichen Überlieferungen angewiesen, die ihre Vorgänger:innen im vordigitalen Zeitalter hinterlassen haben, oder auf andere Spuren, die von Mediennutzungen in Archiven oder Erinnerungen geblieben sind. Von den methodischen Schwierigkeiten zeugt nicht zuletzt der relativ geringe Niederschlag, den der Themenkomplex „Historische Rezeptionsforschung“ bisher in der Literatur gefunden hat.

Bei dem vorliegenden Sammelband, der sich diesem Thema bezogen auf das 20. Jahrhundert widmet, handelt es sich daher um ein wirkliches Desideratum. Er geht zurück auf eine Tagung der Fachgruppe Kommunikationsgeschichte der DGPuK in der Deutschen Nationalbibliothek Leipzig im Jahr 2017. Schon dort haben das breite Spektrum der Zugänge und die angeregten Diskussionen gezeigt, dass das Thema Potenzial für Kontroversen darüber bietet, mit welchen theoretischen und methodischen Konzepten man sich ihm am besten nähert. Vereinfacht gesagt, verlaufen die unterschiedlichen Positionen dabei entlang disziplinärer Grenzen: Während Vertreter:innen der Kommunikationswissenschaft auf Methoden quantitativer und qualitativer empirischer Sozialforschung setzen, plädieren Geistes- und Kulturwissenschaftler:innen für „weichere“ Verfahren und eine eklektizistische Nutzung disziplinärer Quellen. Dahinter scheinen unterschiedliche Wissenschaftsverständnisse und Wirklichkeitsbegriffe auf.

Die Herausgeber haben nicht versucht, die sich teils widersprechenden Positionen einzuhegen oder zu verdecken. Vielmehr weist Patrick Merziger in seiner kompakten Einleitung ganz explizit darauf hin, dass die Beiträger:innen zu unterschiedlichen Einschätzungen kommen. Das betrifft nicht nur die Fragen nach geeigneten Zugängen, Methoden und Quellenbeständen, sondern auch diejenigen nach der

„Wirkung“ von Medien, einem Konzept, das eher an überkommene, behavioristische Modelle denken lässt. So merkt Udo Göttlich völlig zu Recht an, dass der „unhistorische Subjektbegriff“ (S. 118) der klassischen Wirkungsforschung Mediennutzer:innen weitgehend auf eine passive Rolle festlege und das Konzept für die übergeordneten Fragen nach historischem Wandel zudem kaum operationalisierbar bzw. anschlussfähig sei.

Der Multiperspektivität respektive Interdisziplinarität trägt auch die Gliederung Rechnung: Im ersten Teil des Buches finden sich fünf sog. „Plädoyers“, die jeweils programmatiche Zugänge aus unterschiedlichen Perspektiven vorstellen. Im zweiten Teil folgen dann acht Fallstudien, in denen manches empirisch konkret wird, was zuvor primär auf allgemeinerer Ebene umrissen worden ist.

Das erste Plädoyer der Historikerin Ulrike Weckel für einen kulturgeschichtlichen Zugang demonstriert das Potenzial von Quellen wie Buchrezensionen, Filmkritiken, Hörerbriefen und der frühen Umfrageforschung. Letztere hält sie für überschätzt, wie sie am Beispiel der Begleitforschung zum KZ-Aufklärungsfilm „Todesmühlen“ (1945) erläutert. Deren Ergebnisse seien ohne den situativen Kontext kaum interpretierbar. Zudem kritisiert sie die Aussagekraft hoch aggregierter Daten, die ungeeignet seien, „historische Rezeption in ihrer Vielstimmigkeit zu rekonstruieren“ (S. 23). Im schlechtesten Falle würden quantitative Daten weitgehend dekontextualisiert einfach als Beleg genutzt. Gewissermaßen den Gegenpol dazu bildet die Skizze des Kommunikationswissenschaftlers Hans-Jörg Stiehler, der am Beispiel der DDR-Sozialforschung für Sekundäranalysen plädiert. Allerdings räumt auch Stiehler ein, dass methodische Probleme der Originalstudien, unklare Entstehungsbedingungen und (im Falle der DDR) die politischen Rahmenbedingungen deren Erkenntniswert einschränken. Er schlägt daher neben mediabiografischen Interviews umfassende historische Kontextualisierung und hermeneutische Dokumentenanalysen als notwendige Ergänzungen von Sekundäranalysen vor.

Während Mitherausgeber Merziger anknüpfend an Niklas Luhmanns soziologisches Kommunikationsmodell für eine Fokussierung auf Anschlusskommunikation wirbt, präferiert Göttlich einen handlungstheoretisch fundierten Zugang, der Zuschauer:innen im Sinne der cultural studies als aktiven Part und Medienhandeln als situativen und sozialen Zusammenhang begreift. Darin trifft er sich mit dem Ethnologen Kaspar Maase, der Medienhandeln am

Beispiel des sogenannten „Schundkampfes“ gegen die seinerzeit neuen Jugendmedien Anfang des 20. Jahrhunderts untersucht. Er zeigt, dass der Diskurs von den Gegner:innen und damit den Erwachsenen dominiert wurde, auf die tatsächliche Mediennutzung und die Motive der Jugendlichen daraus aber nur indirekt geschlossen werden kann.

Die folgenden Fallstudien nehmen diese Perspektiven vielfach auf. So reflektiert etwa Gerlinde Frey-Vor die ostdeutschen Mediennutzungsstudien der Transformationszeit der 1990er Jahre und verweist u. a. auf deren Interessen- und Perspektivgebundenheit. Auch Andy Räder unternimmt den Versuch einer Sekundäranalyse, hält jedoch das DDR-Primärmaterial aus den 1960er Jahren letztlich für nicht geeignet. Maria Löblich findet auf der Basis medienbiografischer Interviews kaum Anzeichen dafür, dass es in West-Berlin ein ausgeprägtes „Sonderbewusstsein“ gegeben hat, wie es Historiker:innen konstatieren, jedenfalls hatte es offenbar keine Auswirkungen auf die Mediennutzung. Andere Beiträge nutzen Hörerbriefe (Tabea Bodenstedt zur WDR-Sendung „Hallo Ü-Wagen“) oder basieren – auch aus Mangel an anderen Quellen – auf Anschlusskommunikation in der Presse (Andre Dechert über die US-Sitcom „Married...With Children“). Erwähnung verdienen schließlich die in den Eingangsplädoyers nicht berücksichtigten fach- bzw. metahistorischen Ansätze, die auf Basis der frühen Werbepsychologie (Patrick Rössler), der sog. „Filmaktive“ in der DDR (Fernando Ramos Arenas) und des Propaganda-Diskurses während des Kalten Krieges (Benno Nietzel) frühere Vorstellungen von Mediennwirkungen aufzuzeigen und teils die etablierten Narrative dazu relativieren.

Insgesamt zeigt der Band gerade in der Vielfalt seiner disziplinär begründeten Zugänge, dass es in der historischen Rezeptionsforschung keinen Königsweg gibt. Abhängig von der jeweiligen Fragestellung können sozialwissenschaftliche Studien nützlich sein, wenn sie quellenkritisch eingeordnet und historisch kontextualisiert werden. Ebenso müssen Erinnerungen von Zeitzeug:innen als retrospektive Konstruktionen kritisch reflektiert werden. Häufig sind unsystematische, nicht repräsentative Quellen wie Briefe oder Kritiken der einzig mögliche Zugang. In der retrospektiven Kombination und im Detail können sie gleichwohl zu interessanten Erkenntnissen führen, die hochaggregierte Daten gerade nicht bieten. Ferner ist es nötig, Medien und ihre Rezeption nicht wie in Lasswells Kanal-Modell als unidirektionale Entitäten zu denken sondern als interaktionale

Prozess, der sich permanent wandelnden sozialen und kulturellen Bedingungen unterliegt. All dies kann man aus diesem informativen Band lernen. Er bietet damit weit mehr, als der enge, etwas angestaubte Begriff „Medienwirkungsforschung“ im Titel suggeriert.

Christoph Classen

Dr. Christoph Classen, Leibniz-Zentrum für Zeithistorische Forschung Potsdam (ZZF), Am Neuen Markt 1, 14467 Potsdam, Deutschland, classen@zzf-potsdam.de

Kirsten Frandsen

Sport and Mediatization

Milton Park, New York: Routledge, 2020. – 148 S.

ISBN 978-0-367-33711-7

Medialisierung und Medialisierung sind in der (vor allem europäischen) Medien- und Kommunikationswissenschaft breit diskutierte, theoretische Konzepte. Gegenstand von Analysen sind meist die politische Berichterstattung, Wirtschaft oder allgemeine Phänomene der durch Medien beeinflussten gesellschaftlichen Entwicklung. Eher selten steht dagegen der Sport im Fokus. Eigentlich erstaunlich, ist doch das System des Sports auf den ersten Blick oft sehr stark im Blick der Medienlogik, vielfach sind Anpassungsprozesse beider Systeme wie Regeländerungen, Personalisierung oder Kommerzialisierung größere Themen der populären und auch wissenschaftlichen Betrachtung (Dohle & Vowe, 2006; Meyen, 2014).

Außerhalb Europas scheint dieses Phänomen sogar noch deutlicher: In englischsprachigen Fachjournals lassen sich nur vereinzelte Studien mit Blick auf die Medialisierung des Sports entdecken (Birkner & Nölleke, 2016; Frandsen, 2016; Nölleke & Birkner, 2019). Auch hier sind die Beiträge allerdings meist von einer europäischen Perspektive geprägt und belegen die bisher eher geringe Verbreitung des Ansatzes in der (außereuropäischen) Sportkommunikationsforschung. Dabei sind die neuen theoretischen Perspektiven bspw. der „Deep Mediatization“ (Hepp, 2020) doch offenbar bestens geeignet, um das Forschungsfeld Sport genauer zu betrachten.

Vielleicht stellt der neue, 2020 bei Routledge publizierte Band zu „Sport and Mediatization“ von Kirsten Frandsen einen neuen Ausgangspunkt dar. Die dänische Medienwissenschaftlerin aus Aarhus ist bereits seit Jahren eine profilierte Vertreterin der Forschung zur Me-

datisierung im Sport und hat nun einen theoretischen Überblick sowie eine Zusammenfassung von verschiedenen Ansätzen auf unterschiedlichen Untersuchungsebenen vorgelegt. In einigen Kapiteln zu Forschungsansätzen handelt es sich dabei um die Aktualisierung und Erweiterung bereits publizierter Beiträge, zum Beispiel zur Tour de France, die als eines der ersten „mediatisierten Events“ (Kapitel 3, S. 50) vorgestellt wird. Erfunden von der französischen Sportzeitschrift *L'Auto* stellt das größte Radrennen der Welt heute ein hochkommerzialisiertes Fernsehereignis dar, dass ganz nebenbei den „armchair tourists“ (S. 56) das Land Frankreich und seine touristischen Attraktionen präsentiert.

Die große Bedeutung von bewegten Bildern bei nicht nur dieser Entwicklung beschreibt Frandsen in einem eigenen Kapitel zur parallelen (historischen) Entwicklung von Fernsehen und Sport. Neben der Bedeutung des Sports im Fernsehen für das Sponsoring stehen heute bei diesem für den Sport wohl immer noch zentralen Medium Reichweite und Einschaltquote im Mittelpunkt des Interesses. Und mit der Selbstberichterstattung von Sportorganisationen als eigenen Medienhäusern steht eine „dritte Welle der Mediatisierung“ (S. 77) kurz bevor bzw. ist bereits seit einiger Zeit im Leistungssport zu beobachten. Dies belegt die Autorin in einem weiteren Abschnitt zu Sportorganisationen, deren Mediatisierung aber dankenswerterweise nicht nur am Beispiel von Weltverbänden wie dem IOC oder der FIFA aufgezeigt wird. Die Beispiele der Anpassung an Medienentwicklungen auch bei kleinen Sportverbänden von Randsportarten kann die große Bedeutung dieser Prozesse eindrucksvoll belegen. Wünschenswert wäre hier allerdings ein noch tiefergehender Blick auf neue Medienformate, wie bspw. *The Player's Tribune*, gewesen, die wohl stellvertretend für mehrere Organisationen im Bereich des Mediensports für die Zukunft der Mediatisierung stehen.

Zwei weitere Kapitel beschäftigen sich mit der wachsenden Bedeutung des Phänomens E-Sport als digitale Variante von Sportangeboten und wettkampfmäßiger Konkurrenz von Computerspielen sowie dem Einfluss von mobilen Medienangeboten und sozialen Netzwerken auf den Freizeitsport. Diese Vielfalt ist eine große Stärke des Bandes: Die Beschreibung von und die Überlegungen zum Einfluss von Wearables oder Fitnesstrackern auf das menschliche Sportverhalten, auf Bewegungsangebote in der Gesellschaft und weitere kulturelle Praktiken als Form einer „stillen Revolution“ (S. 102) weist der „Mediatisierung als

Kommunikation“ (S. 103) eine interessante Bedeutung zu. Beim E-Sport ist diese Entwicklung nahezu konsequent fortgeführt worden, denn dort „werden Medien zum Sport“ (S. 116). Was dies für die Zukunft von Medien (wie Twitch) oder traditionelle Sportangebote bedeutet, wird von Kirsten Frandsen hinreichend diskutiert.

Ein zentrales Kapitel des Bandes ist jedoch bereits der Auftakt mit einem größeren Kapitel zu den analytischen Perspektiven der Mediatisierung und der Bezug zum System des Sports. Frandsen folgt hier dem Ansatz von Lundby (2014) und differenziert eine kulturell, sozialkonstruktivistische, eine institutionelle und eine materielle Perspektive. Hervorzuheben ist die Einbindung von auch sportsoziologisch geprägter Literatur, was in ein aktuelles Verständnis von Mediatisierungsprozessen im Sportsystem mündet. Diese umfassende Grundlage für eine theoretisch fundierte Auseinandersetzung von Phänomenen der Mediatisierung, dem Einfluss der Medienlogik im Sport und seinen Organisationen fehlt bisher.

Die Basis für zukünftige Arbeiten vor allem im internationalen Bereich zu schaffen, ist vielleicht die größte Leistung des Bandes, dem eine breite Aufmerksamkeit vor allem im Bereich der Forschung zu Medien und Sport zu wünschen ist.

Thomas Horky

Prof. Dr. Thomas Horky, Hochschule Macro-media, Fakultät der Medien, Lehrgebiet Sportjournalismus, Campus Hamburg, Gertrudenstraße 3, 20095 Hamburg, Deutschland, t.horky@macromedia.de

Literatur

- Birkner, T., & Nölleke, D. (2016). Soccer Players and their Media-Related Behavior: A Contribution on the Mediatisation of Sports. *Communication & Sport*, 4(4), 367–384.
- Dohle, M., & Vowe, G. (2006). Der Sport auf der „Mediatisierungstreppe“? Ein Modell zur Analyse medienbedingter Veränderungen des Sports. *Medien und Erziehung (merz)*, 50(6), 18–28.
- Frandsen, K. (2016). Sports Organizations in a New Wave of Mediatisation. *Communication & Sport*, 4(4), 385–400.
- Hepp, A. (2020). Deep Mediatisation. London: Routledge.
- Lundby, K. (Ed.) (2014). Mediatisation of Communication. Berlin/Boston: De Gruyter Mouton.
- Meyen, M. (2014). Mediatisierung des deutschen Spitzfußballs. Eine Fallstudie zur Anpassung von sozialen Funktionssystemen an die Handlungslogik der Massenmedien. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 62(3), 377–394.

Nölleke, D., & Birkner, T. (2019). Bypassing Traditional Sports Media? Why and How Professional Volleyball Players Use Social Networking Sites. *Studies in Communication and Media*, 8(3), 287-310.

Otfried Jarren / Christoph Neuberger (Hrsg.)

Gesellschaftliche Vermittlung in der Krise

Medien und Plattformen als Intermediäre

Baden-Baden: Nomos, 2020. - 226 S.

(Reihe: Medienstrukturen)

ISBN 978-3-8487-6877-6

Pandemiegeplagte Augen könnten hinter dem Titel „Gesellschaftliche Vermittlung in der Krise“ eine Auseinandersetzung mit dem Einfluss von Krisen wie COVID-19 auf gesellschaftliche Vermittlungsprozesse vermuten. Tatsächlich versammeln zwei der führenden deutschen Kommunikationswissenschaftler, Otfried Jarren und Christoph Neuberger, aber vor allem ein fein abgestimmtes Portfolio unterschiedlicher Perspektiven auf die beobachtete Krise der gesellschaftlichen Vermittlung selbst.

Diese Krise kann, wie die Herausgeber in der gemeinsam mit Frank Lobigs verfassten Einleitung erläutern, nicht schon mit der bloßen Veränderung der Vermittlertypen (von klassischen Medien zu digitalen Plattformen) begründet werden, sie setzt vielmehr eine abnehmende Befriedigung zu bestimmender Vermittlungsbedarfe voraus (S. 10).

Als Referenz-Thesen des Bandes und Faktoren dieser Krise gesellschaftlicher Vermittlung verweist die Einleitung demnach auf einen steigenden gesellschaftlichen Vermittlungsbedarf, die Expansion und Komplexitätssteigerung von Vermittlung, das Nebeneinander von Medien- und Plattformlogik und die Konkurrenz deren jeweiliger gesellschaftlicher Leitbilder (S. 11ff.).

Die Beiträge des Bandes konturieren diese übergreifenden Thesen zugunsten eines schlüssigen Gesamtbildes vom problematischen Status quo gesellschaftlicher Vermittlung. Klaus Beck und Patrick Donges (S. 21ff.) nehmen theoretische Grundlegungen im Hinblick auf die Vermittlungsbegriffe und -modelle der Kommunikationswissenschaft vor mit einem Plädoyer dafür, Vermittlung insgesamt, über die Unterscheidung zwischen Medien und Plattformen hinaus, zu betrachten.

Weitere Beiträge widmen sich den Auswirkungen von Prozessen gesellschaftlicher Differenzierung (Otfried Jarren, S. 51ff.) und der Individualisierung von Nachrichtennutzung (Ka-

tharina Kleinen-von Königslöw, S. 93ff.) auf die gesellschaftliche Vermittlungsleistung der Medien.

Christoph Neuberger (S. 119ff.) befasst sich mit dem kommunikationswissenschaftlichen Vermittlungsverständnis und stellt dessen Fokus auf professionellen Journalismus eine theoretische Neukonzeptionierung gegenüber, welche die „neuen“ Vermittler stärker einbezieht, während Frank Lobigs aus institutionenökonomischer Perspektive die mit der Plattform-Revolution verbundenen Disruptionen erläutert (S. 155ff.).

Aufbauend auf diesen Grundlegungen entwickelt Manuel Puppis in seinem Beitrag „Governance der Vermittlung öffentlicher Kommunikation“ ein über der tradierten Unterscheidung nach Vermittlerarten angesiedeltes Governance-Modell. Dieses knüpft an Ideen des soziologischen Neoinstitutionalismus an, um handlungsleitende Routinen und Selbstverständlichkeitsannahmen (kulturell-kognitive Säule), moralische Verpflichtungen (normative Säule) und klassische Sanktionen (regulative Säule) einzubeziehen.

Insgesamt bündelt der Band damit in vielerlei Hinsicht auch für andere Disziplinen angeschlussfähige und inspirierende Perspektiven auf die Vermittlungskrise.

Für die Zukunft erscheint insbesondere spannend, ob die vierte Referenzthese des Bandes Bestand hat, die von einem Wettkampf gleichsam unvereinbarer gesellschaftlicher Leitbilder ausgeht, mit dem „Medien-Leitbild“ einer institutionellen und kollektivistisch-korporatistischen Gesellschaft nationalstaatlicher Prägung einerseits und dem „Plattform-Leitbild“ einer libertären, individualistischen, anti-étatistischen und anti-institutionellen „kalifornischen Ideologie“ (S. 13) andererseits.

Im Kontext derzeitiger Konvergenz privater und öffentlicher Verhaltenssteuerung auf digitalen Plattformen scheint sich eine Verschmelzung dieser Leitbilder unter teilweiser Aufgabe ihrer jeweiligen Pfadabhängigkeiten abzuzeichnen. Vorboten dieser Entwicklung sind prozedurale und institutionelle Innovationen innerhalb privater Governance-Systeme durch Plattformräte wie das Facebook Oversight Board, andererseits eine immer stärkere Einbindung der normativen Eigenlogik privater Governance-Systeme in staatliche Regulierungskontexte, wie etwa durch die jüngste NetzDG-Novelle und die zukünftige europäische Regulierung durch den Digital Services Act.

Auch wenn die Pandemie nicht Ausgangspunkt der Betrachtungen des Buches ist, unter-

streicht sie die Bedeutung und Zeitgemäßheit seines Zuschnitts: Viele derjenigen, die durch vermeintlich wechselhafte Verhaltensempfehlungen und Wissenbestände in der Pandemie an die Grenzen ihrer Aufnahme- und Anpassungsfähigkeit gestoßen sind, befinden sich in Grabenkämpfen über die Wahl der „richtigen“ Vermittler.

Die damit immer expliziter werdende Vermittlungskrise zu verstehen und Gräben zu überbrücken, bleibt eine Herausforderung nicht nur für Familien, Freundes- und Bekanntenkreise, sondern auch für die Gesellschaft als Ganze, zu deren Bewältigung die differenzierteren Perspektiven dieses Bandes einen wertvollen Beitrag leisten können.

Martin Fertmann

Martin Fertmann, Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut, Rothenbaumchaussee 36, 20148 Hamburg, Deutschland, m.fertmann@leibniz-hbi.de

Andreas Jungherr / Gonzalo Rivero / Daniel Gayo-Avello

Rетooling Politics

How Digital Media are Shaping Democracy
Cambridge: Cambridge University Press, 2020.
– 326 S.

Online ISBN 978-1-108297820

<https://doi.org/10.1017/9781108297820>

Das Autorentrio um Andreas Jungherr, Professor für Politikwissenschaft in Bamberg, bietet mit diesem Buch einen vorzüglichen Überblick über den Forschungsstand dazu, wie sich Politik durch digitale Medien verändert. Die doppelte Leitfrage ist: „What are the ways in which digital media have influenced and changed politics? And how can we best go about identifying them?“ (S. 236). Ihre Antwort beruht auch auf eigener Primärforschung, vor allem aber bündeln und ordnen sie souverän die internationale Literatur: Fast 70 Seiten umfasst die Bibliographie. Auf dieser Basis beziehen sie in bewährter aristotelischer Balance-Tradition eine Mittelposition auf dem Spektrum zwischen einer Position, die analog zur Wirtschaft einen „disruptiven Wandel“ der Politik durch digitale Medien sieht, und einer Position, die keine politisch folgenreichen Veränderungen dadurch erkennen kann.

Ihr Leitkonzept signalisiert der Titel: „Retooling Politics“: Die Nutzung von digitalen Medien verändere zwar nicht die Grundprinzipien von Politik. Den Kern von Politik bilden

nach wie vor kollektiv bindende Entscheidungen, um die gerungen wird zwischen mehr oder weniger mächtigen politischen Akteur:innen innerhalb eines institutionellen Rahmens. Aber digitale Medien böten den Akteur:innen eine Vielzahl innovativer Möglichkeiten, politische Entscheidungen zu beeinflussen. Und die unterschiedliche Nutzung dieser Möglichkeiten habe erhebliche Folgen für Politik: „Digital media matter in politics“ (S. 237). Dabei wird der Begriff der „digitalen Medien“ nicht auf technische Geräte und Verfahren verkürzt, sondern schließt Praktiken auf Anbieter- und Nutzerseite (oder: Angebots- und Nutzungsseite) ein.

Die Sicht der Autoren auf das Retooling ist normativ geprägt: Sie bewerten die Folgen mit Blick auf demokratische Prinzipien, und zwar darauf, wie sich dadurch die wechselseitige Kontrolle von Regierenden und Regierten verschiebt. Ihre Diagnose setzt dabei nicht an den Tools an. Sie deklinieren nicht die digitalen Medien durch und listen deren positive und negative Folgen auf. Vielmehr denken sie politikwissenschaftlich und setzen an sechs universellen politisch-kommunikativen Grundbedürfnissen von Akteur:innen an: (1) Botschaften in den politischen Informationsfluss einschleusen; (2) Bürger:innen erreichen; (3) Einstellungen und Verhalten beeinflussen; (4) kollektives Handeln initiieren; (5) Interessen organisieren; (6) die politisch relevante Welt verstehen. Dies ließe sich noch verdichten zu Kernfunktionen politischer Kommunikation, wie Information, Kognition, Mobilisierung, Koordination und Organisation.

Von diesen „strategic needs“ (S. 238) gehen die Autoren aus und können dadurch differenziert darlegen, wie digitale Medien in die Praxen der Akteur:innen eingebettet werden und welche Folgen das innerhalb der politischen Strukturen hat. Illustriert am Beispiel der Organisationsfunktion: Digitale Medien verändern die Opportunitätsstrukturen. Sie ermöglichen einerseits neue, flexible und kostengünstige Formen der Mobilisierung politischer Interessen durch Aktivist:innen; dies manifestiert sich vor allem in punktuellen sozialen Bewegungen, etwa #Occupy oder #MeToo. Andererseits ermöglichen sie Innovationen im Rahmen tradierter Organisationen, wie flexible Formen der Mitgliedschaft, der Finanzierung oder der internen Willensbildung. Beides verändert die doppelte Asymmetrie in der politischen Präsenz von Interessen: das Ungleichgewicht zwischen schwachen und starken Interessen und das zwischen Führung und Basis.

Analog dazu wird für alle sechs politischen Kommunikationszwecke auf Basis des For-

schungsstandes dargelegt, wie die digitalen Potenziale politisch von den Akteur:innen genutzt werden, auch in hybriden Formen aus Online- und Offline-Elementen. Dies erlaubt jeweils eine spezifische Einordnung der transformativen Kraft auf dem Spektrum von „Alles wird anders“ und „Alles bleibt gleich“.

Das ist sehr erhellend, wenngleich sich der Leser (der Rezessent) wünscht, dass die Autoren diese Einordnung noch präziser vorgenommen hätten, etwa auf einer Impact-Skala mit definierten Skalennpunkten, sodass man die Unterschiede zwischen den Funktionen deutlicher markieren und besser überprüfen kann. Spätestens durch diesen Präzisierungszwang wäre klar geworden, dass die Autoren zwar betonen, wie bedeutend der politische und kulturelle Kontext sei, aber nur gelegentlich zeigen, wo sich etwa die angelsächsische und kontinental-europäische Nutzung der Potenziale unterscheiden. Die Autoren fokussieren die USA und nehmen Abstriche bei der Generalisierung in Kauf.

Eine weitere Einschränkung folgt aus der Fokussierung auf die Politics-Dimension von Politik. Die Polity-Dimension ist präsent, und zwar als Ordnungsrahmen, der die politischen Auseinandersetzungen strukturiert, selbst aber auch durch das Retooling tangiert wird. Aber ganz ausgespart wird die Policy-Dimension, die substanzelle Gestaltung von gesellschaftlichen Beziehungen durch politische Entscheidungen. Der Policy-Begriff wird eingangs auf Digitalpolitik verkürzt, und auch die Frage, wie die Nutzung digitaler Daten die Politik verändert, wird weitgehend auf Daten verengt, die für die Politics-Dimension relevant sind, etwa Daten zur Wählerschaft. Dabei zeigt nicht erst die Pandemie-Politik, wie digitalisierte Daten und ihre „Datenträger“ gesellschaftlich höchst folgenreiche Entscheidungen epistemisch beeinflussen. Diese Einschränkungen sind sinnvoll für diesen bilanzierenden Schritt, wären aber für eine Erweiterung des Überblicks zu überprüfen.

Die Antwort auf die zweite, die „How to know“-Frage fällt kürzer aus: Die Autoren machen deutlich, wie sich die Forschung selbst digitalisiert, also neue Quellen digitaler Daten erschließt und digitale Auswertungsverfahren entwickelt. Vor allem aber drängen sie darauf, sich in der Forschung von den Narrativen zu lösen, die über die Wirkungen von Digitalisierung im (fach-)öffentlichen Umlauf sind. Diese Narrative sind mal von Alpträumen, mal von Wunschträumen geprägt und zehren vor allem von anekdotischer Evidenz: Trump & Twitter, Cummings & Brexit, Arabischer Frühling &

Facebook. Die Kolporteur:innen streben danach, durch Dramatisierung Aufmerksamkeit zu generieren und nicht zuletzt Dienstleistungen zu bewerben. Stattdessen ist eine distanzierte Forschung erforderlich, die darauf abzielt, Treiber von Veränderungen zu identifizieren und Mechanismen aufzudecken, etwa den Kausalzusammenhang zwischen radikaler Senkung der Informationskosten („more bang for the buck“; S. 133), individueller Informationsselektion und gesellschaftlicher Polarisierung. Gut dazu gepasst hätte ein Hinweis auf den Mikro-Makro-Link als methodologisches Paradigma.

Das alles ist verständlich geschrieben und sorgfältig redigiert. Noch eingängiger wäre die Argumentation, wenn die Autoren sich vom calvinistischen Bilderverbot gelöst hätten: Aber so darf keine Grafik die vermuteten Kausalzusammenhänge oder Größenordnungen visualisieren. Und dies wird auch nicht kompensiert durch ein Zahlengesbot: Eine einzige Tabelle mit numerischen Werten plausibilisiert die Veränderungen der politischen Kommunikation. Hilfreich wäre gewesen, für jede Retooling-Funktion einen prototypischen empirischen Beleg anzuführen.

Insgesamt kann das Buch als Karte dienen, um sich in einer mittlerweile enorm heterogenen Forschungslandschaft zurechtzufinden, und eignet sich deshalb als Startblock für Lehrveranstaltungen und Projektanträge. Gerade weil nicht an den ständig wechselnden Tools angesetzt wird, sondern an den stabilen politischen Zwecken, wird dieses Zwischenfazit auch nicht so schnell zur Makulatur werden. Und deshalb kann dieses Buch auch die Folie dafür bilden, um die gegenwärtigen Veränderungen durch Künstliche Intelligenz zu fassen und einzuordnen. Die Chancen stehen nicht schlecht, dass „Retooling“ der Politik zu einem Lehnwort der deutschen Fachsprache wird.

Gerhard Vowe

Prof. Dr. Gerhard Vowe, Center for Advanced Internet Studies (CAIS), Universitätsstraße 104, 44799 Bochum, Deutschland, vowe@uni-duesseldorf.de

Marcus S. Kleiner**Streamland**

Wie Netflix, Amazon Prime und Co. unsere Demokratie bedrohen

München: Droemer, 2020. – 304 S.

ISBN 978-3-426-27831-4

Seit Mitte des vergangenen Jahrzehnts erleben Streamingdienste einen bislang ungebrochenen Zuspruch. Zu den Platzhirschen *Netflix* und *Prime Video* geselltet sich Ende 2019 *Apple TV+* sowie Anfang 2020 *Disney+* und sorgten für eine weitere Dynamik auf dem Markt der Online-Bewegtbildanbieter. Eines haben alle von ihnen gemeinsam: Sie verfügen über eine Ummege Nutzerdaten und arbeiten mit diesen.

Marcus S. Kleiner sieht das sehr kritisch und meint, dass die amerikanischen Videoanbieter „unsere Demokratie bedrohen“, wie schon im Untertitel seines im Herbst 2020 erschienenen Werkes „*Streamland*“ zu lesen ist. Eine provokante These, erfreuen sich Streamingdienste doch außerordentlicher Beliebtheit und gelten die zumeist unterhaltenden Inhalte doch als harmlos. Umso trügerischer komme der vermeintliche Datenmissbrauch daher, schließlich sei man von den bunten Bilderwelten so in den Bann gezogen, dass eine kritische Reflexion über das auf (Daten-)Ausbeutung beruhende Geschäftsmodell kaum möglich sei. Facebook, Google und andere US-Digitalunternehmen, die nicht nur die Sinne benebelndes Entertainment bieten, machen es einem gewiss einfacher, dahinterliegende Praktiken zu hinterfragen. Damit in der Diskussion um Datenschutz etc. aber auch Streaminganbieter nicht unberücksichtigt bleiben, rechnet der Medienwissenschaftler in seinem Buch mit Netflix & Co. ab. Interessanterweise sind deutsche Dienste wie *TVNOW* und *Joyn* von seiner Kritik nicht betroffen.

Die zunehmende Macht digitaler Ökonomie ist ein durchaus diskussionswürdiges Thema, das unser aller Aufmerksamkeit fordert. Wie gestalten wir den technologischen Wandel, der im Umfeld unternehmerischer Interessen stattfindet, so, dass wir uns nicht nur treiben lassen, sondern auch mitbestimmen? Kleiners Grundgedanken sind Überlegungen wert.

Streamingdienste dabei in den Fokus zu rücken, ist hingegen schwer nachvollziehbar. Serien und Filme machen den Großteil des Inhalts der Plattformen aus, also fiktionaler Unterhaltungsstoff. Kleiner versucht zu erläutern, weshalb auch unschuldig wirkendes Entertainment problematisch sei. So begünstige die Allgegenwart von *Disney+* und anderen Anbietern das

Anspruchsdenken der jungen, erlebnis- und serviceorientierten Generation, alles permanent und überall verfügbar zu haben. Zudem sorge der Algorithmus dafür, dass „Judith“ und ihren Altersgenossen nur das präsentiert werde, was ihren Unterhaltungsinteressen am ehesten entspreche. Selbst zu denken, selbst zu entscheiden und letztlich selbstmündig zu sein, blieben dabei auf der Strecke.

Der „*Streamland*“-Autor überschätzt das Potenzial der Streamingdienste, das Leben seiner Abonnenten derart zu dominieren und ihnen gar ihre Selbstmündigkeit zu rauben. Der aktuellsten Erhebung der Langzeitstudie Massenkommunikation zufolge nutzen Unter-30-Jährige täglich circa 73 Minuten lang Streamingdienste. Das ist zweifelsohne ein beachtlicher Wert, dennoch fallen 61 Prozent der insgesamt mehr als drei Stunden Bildschirmzeit junger Leute auf andere Arten der Bewegtbildnutzung – zu nicht irrelevanten Anteilen auch auf YouTube und (noch) das klassische Fernsehen. Letzteres macht, alle Altersklassen zusammen betrachtet, sogar einen Anteil von fast drei Vierteln aus, *Prime Video & Co.* hingegen nur ein Siebtel.

Kleiner geht zudem davon aus, dass sich die Streamer hauptsächlich an den auf Algorithmen basierenden Empfehlungen orientieren und sie so kaum noch in der Lage seien, eigene Entscheidungen zu treffen. Ob ein Film oder eine Serie eine laut Berechnung der Plattform hohe „Übereinstimmung“ hat, ist für viele Nutzer bei der Auswahl des Inhalts aber gar nicht sonderlich entscheidend. Gerade bei der Fülle der Angebote vertrauen viele auf die Vorschläge von Verwandten und Bekannten. Die Kritik, jeder sehe nur noch, was auf ihn zugeschnitten sei, läuft ins Leere. In seinen nostalgisch geschilderten Gefühlen dem Fernsehen gegenüber geht Kleiner falsch in der Annahme, beispielsweise RTL biete mit dem Motto „Mein RTL“ nur des Senders Sicht auf die Welt, und es handle sich dabei lediglich um einen „Wunsch nach Personalisierung“, der aber nicht in Erfüllung gehe. Doch auch das altehrwürdige Privatfernsehen schneidet sein Programm gezielt auf Zuschauer zu. Zwar richtet sich TV stets an ein möglichst großes Publikum, aber die immer kleinteiligeren Sparten- und Nischenkanäle haben nicht den Anspruch, die breite Masse zu erreichen. Außerdem sind auch Streamingdienste daran interessiert, viele ihrer Kunden zum Anschauen ihrer angebotenen Inhalte zu bewegen – nur, dass dies eben nicht zu einem festgelegten Ausstrahlungszeitpunkt geschehen muss.

Beim Lesen seiner Gedanken kommt schnell die Frage auf, ob die Messung der Einschaltquoten aus Kleiners Sicht nicht ebenso kritikwürdig sein müsste. Jedoch hält er diese für zu ungenau und damit unproblematisch. Tatsächlich sind etwa fünfeinhalb Tausend täglich meldende Haushalte, von denen auf die gesamte TV-Nation hochgerechnet wird, bei weitem nicht so exakt wie die internetbasierte Messung eines jeden einzelnen Abonnenten. Dennoch gilt die TV-Methode als sehr verlässlich, ist Grundlage für ein milliardenschweres Werbegeschäft und veranlasst Fernsehmascher zu bestimmten Programmentscheidungen. Was RTL präsentiert, um bei Kleiners Beispiel zu bleiben, ist also keineswegs (nur) die RTL-Sicht, sondern vor allem das, was die Zuschauer – anhand der Erfahrungen mit zuvor gemessenen Rezeptionswerten – vermutlich zum Einschalten bewegt. Kleiners Vorwurf, Kultur werde zum Gegenstand der Berechnung, die Mitwirkung des Publikums werde auf eine mathematische Größe reduziert und der Wert von Schauspielern und Regisseuren bemesse sich anhand technischer Daten, trifft also nicht nur auf Streamingdienste zu. Sind Einschaltquoten schlecht, werden Formate abgesetzt; sind Einspielergebnisse niedrig, bekommen Filme keine Fortsetzungen; verkaufen sich Alben schleppend, stehen Gesangskarrieren vor dem Aus. Allen Fällen liegen mehr oder weniger komplexe Berechnungen von Nutzungsdaten zugrunde, auch wenn diese deutlich anonymer ausgewertet werden (können).

Mario Thieme

Mario Thieme, Strausberger Straße 37, 10243 Berlin, Deutschland, mario_thieme@gmx.de

Michaela Kramer

Visuelle Biografiearbeit

Smartphone-Fotografie in der Adoleszenz aus medienpädagogischer Perspektive

Baden-Baden: Nomos, 2020. – 382 S.

(Lebensweltbezogene Medienforschung: Angebote – Rezeption – Sozialisation; 8)

ISBN 978-3-8487-6937-7 (Print)

ISBN 978-3-7489-1023-7 (ePDF)

Das Smartphone ist zum Leitmedium der Jugendlichen geworden. Sie dokumentieren und reflektieren ihren Alltag durch das Produzieren, Teilen und Kommentieren von Fotografien online. Die vorliegende Studie untersucht den Umgang von Jugendlichen mit biografischen Themen, welche dadurch gekennzeichnet sind,

dass sie einen Gegenwarts-, Zukunfts- und Vergangenheitsbezug aufweisen (S. 247). Waren biografische Erzählungen früher vor allem in Texten aus Tagebüchern zu finden, so sind sie heute zunehmend in Narrationen über Fotografien zu erschließen. Biografie als „Beschreibung des Lebens“ findet in der Sprache des Bildes statt. Die medienpädagogische Theorie und Praxis hat sich aber aus Sicht von Michaela Kramer noch immer zu wenig mit der Analyse und Vermittlung von visueller Kompetenz und Handlungsfähigkeit auseinandergesetzt (S. 114), trotz einiger bedeutsamer Grundlagen seit den 1990er Jahren (S. 51).

Der Forschungsgegenstand wird erläutert durch den Wandel der privaten Fotografie seit ihren Anfängen und durch die Entwicklungen im Bereich der Jugendfotografie, welche vor allem durch Smartphone, Messenger und Social Network Sites vorangetrieben wurden. Im grundlagentheoretischen Teil werden die Prozesse der Mediatisierung, die Merkmale der Adoleszenz und Sozialisation in einer mediatisierten Gesellschaft, die Entwicklung von Bildmedien und das Verhältnis von Fotografie und Biografie besprochen.

Michaela Kramer arbeitet die theoretischen Grundlagen der Fotopraxis im Alltag von Jugendlichen aus medienpädagogischer Sicht auf und entwickelt daraus auch Empfehlungen für die medienpädagogische Praxis. Ihr empirisches Kernstück der Dissertation ist eine hoch differenzierte qualitative Studie mit zwölf Jugendlichen zwischen 13 und 17 Jahren, welche in medienbiographischen Interviews zu ihrer Fotopraxis befragt wurden. Dabei wurden auch je fünf Fotografien, welche die Jugendlichen als besonders bedeutsam bezeichneten und die sie via Messenger oder Sozialem Netzwerk gepostet hatten, mit ihnen besprochen und einer systematischen Bildpraxisanalyse unterzogen. Orientierungspunkte sind dabei die praxeologische Wissenssoziologie und die dokumentarische Methode.

Aus dieser Methodentriangulation werden zuerst drei Eckfälle von kontrastierenden Fotopraktiken vorgestellt. Diese werden durch Vergleichsfälle aus dem Sample ergänzt. In einem zweiten Schritt werden durch sinngenetische Typenbildung unterschiedliche Ausprägungen visueller Biografiearbeit herausgearbeitet: Es sind dies „Distinktion“ (Typ I: Abgrenzung gegenüber den Stereotypen des typischen Jugendlichen und Orientierung an einer Fotopraxis, die sich auf Individualität und quasi-professionellem Anspruch an Fotografie bezieht), „Konformität“ (Typ II: Orientierung der eigenen Fotopraktiken am Mainstream und

wenig medienkritische Reflexion) und „Risikominimierung“ (Typ III: Zurückhaltende Fotopraxis mit dem Bemühen, Risiken zu vermeiden beim Zeigen biografischer Informationen). Schließlich wird aus dem Datenmaterial rekonstruiert, mit welchen Einflussfaktoren die Genese dieser Praktiken in Verbindung stehen könnten. Dabei werden die Rolle des kulturellen Kapitals der Familien, der medienpädagogischen Haltung der Erziehungspersonen, der sozialen Schichtlagerung und der persönlichen Entwicklungsphase, in der sich die Jugendlichen befinden, als relevante Größen deutlich.

Gerade hier wird sichtbar, dass der Anspruch der Autorin, die drei Typen „nicht defizitär zu rahmen“, sondern als „divergente Bedürfnisse, Geschmäcker und Praktiken“ wertfrei zu verstehen (S. 342), nicht ganz eingelöst werden kann. Denn Typ I scheint aus medienpädagogisch-normativer Sicht am kompetentesten und kreativsten zu agieren, während Typ II eher naiv und mit wenig Medienkompetenz vorgeht, während Typ III von bewährpädagogischen Haltungen der Eltern im kreativen Explorieren eingeschränkt wird. Auffällig ist zudem, dass das Geschlecht der Jugendlichen in dieser Stichprobe keine systematischen Unterschiede erklären kann, obwohl andere Studien einen deutlichen Unterschied in der Fotopraxis von Jungen und Mädchen aufzeigen konnten. Dies dürfte an der eher kleinen Stichprobe liegen, die auch zum größeren Teil aus höher gebildeten Jugendlichen besteht. Diese Einschränkungen werden aber auch von der Autorin in der Diskussion der Limitationen der Studie angesprochen. Interessant ist die Funktion der Bildkompositionen bei Jugendlichen mit Migrationshintergrund, wo ein Ausbalancieren der Zugehörigkeitsmarkierungen zur Herkunftskultur mit denjenigen zur Peerkultur in Deutschland sichtbar wird (S. 327).

Dass im Kontext der hier interessierenden Rolle der Fotografie für die Biografiearbeit vor allem die produktiven und kreativen Formen des Umgangs fokussiert werden und weniger die Entwicklungsrisiken, ist auf der einen Seite plausibel. Allerdings werden die Risiken, wie z. B. einseitige Geschlechterrollenbilder, normierte Schönheitsideale, der Einfluss von Influencer:innen auf stereotypische Posen der Selbstinszenierung, Fear of Missing Out, Datenschutz oder Sexting doch etwas sehr kurz thematisiert (S. 53–55 und S. 337). Gerade bei Typ III dürften diese Themen bedeutsam sein für die strengen Haltungen der Eltern und die Befürchtungen der Jugendlichen selbst.

Im Ausblick weist die Autorin darauf hin, dass Längsschnittstudien weitere Erkenntnisse

zum Wandel der Fotopraktiken und damit auch zu den Formen der Biografiearbeit durch Smartphone-Fotografien liefern könnten. Michaela Kramer macht deutlich, dass ein „damals nicht erfolgter Blick in den Spiegel“ durch die Fotografien kompensiert werden könnte (S. 258). Biografische Selbstreflexion von 13- bis 17-Jährigen wird sich in fünf oder zehn Jahren mit Blick auf Fotos, die sie früher von sich veröffentlicht haben, allerdings wandeln. Auch wenn Fotografien „als Korrektiv für eigene fehlbare Erinnerungen verstanden werden können“ (S. 50), wird sich die Bedeutungszuschreibung im Rückblick ändern.

Daniel Süss

Prof. Dr. Daniel Süss, Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung (IKMZ), Abt. Mediensozialisation und Medienkompetenz, Universität Zürich, Andreasstrasse 15, 8050 Zürich, Schweiz, daniel.suess@uzh.ch

**Margreth Lünenborg / Claudia Töpper /
Laura Sūna / Tanja Maier**

Affektive Medienpraktiken

Emotionen, Körper, Zugehörigkeiten im Reality TV

Wiesbaden: Springer, 2021. – 306 S.

ISBN 978-3-658-31039-4 (Print)

ISBN 978-3-658-31040-0 (eBook)

<https://doi.org/10.1007/978-3-658-31040-0>

Affekttheorien fanden in der Kommunikationswissenschaft bislang nur wenig Beachtung. Doch sehen die Autorinnen des Bandes „Affektive Medienpraktiken. Emotionen, Körper, Zugehörigkeiten im Reality TV“ in diesem theoretischen Ansatz eine Schnittstelle zwischen der Globalisierung von Fernsehformaten, der Verfügbarmachung von Zuschauer*innenkörpern für eine affektive Ökonomie und der Herstellung sozialer Zugehörigkeit oder Ausgrenzung. (S. 1) So liefern Reality-TV-Formate „besonders aussagekräftige Beispiele dafür, wie Emotionsrepertoires zeitgenössischer Gesellschaften in immer stärkerem Maße auf eine hochgradige Regulation und Kontrolle von Körpern, ihre Zurichtung und situative Einpassung zielen.“ (S. 3) Die Publikation entstand im Rahmen eines Teilprojekts des Sonderforschungsbereichs „Affective Societies“ an der Freien Universität Berlin. Dessen Konzept verweise „auf die essenzielle Bedeutung und Wirkmächtigkeit von Affekten und Emotionen für

die Strukturierung von Sozialität und sozialer Ordnung.“ (S. 293)

Als Fallbeispiel wurde, wie bereits häufig in der Forschung zu verschiedenen Aspekten des Reality TV, wieder einmal „Germany's Next Topmodel“ gewählt. Vielleicht wäre ein weniger häufig „beforschtes“ Format für die Fragestellung interessanter gewesen. Mit den Untersuchungsschwerpunkten Produktion und Publikum setzt die Untersuchung Inszenierung und Wirkung in Beziehung. Gleichzeitig erfordert dieser Brückenschlag einen innovativen Multimethodenansatz, der etwa „das relationale Geschehen zwischen Fernsehtext und Zuschauerkörper“ (288) sichtbar mache. Zu den weiteren Methoden zählen die Bausteine Interviews mit den Produzent*innen ebenso wie Gruppendiskussionen und das laute Denken.

Der Theorieteil umfasst grundlegende Ansätze der Emotions- und Affekttheorie unterschiedlicher Disziplinen. Zu den Themen schwerpunkten der vielfältigen Reflexionen zählen das Verhältnis von Körper und Emotion und Formen der Vergemeinschaftung. Es folgt eine Zusammenfassung unterschiedlicher Analysen der Reality-TV-Forschung, u. a. zur Translokalität, der Affektkonstruktion in Reality-Formaten, wie etwa Tanzshows oder Frauenausch, die auch ökonomische Aspekte integriert.

Wichtige Teilbereiche der Untersuchung bilden die Emotionsarbeit der Produzierenden, Emotionsrepertoires und affizierende Register im Fernsehtext, das Publikum als Affektgemeinschaft, das Affektgeschehen im Fernsehen, Aneignung von Reality TV in Emotionsgemeinschaften. Die Experteninterviews beziehen sich auf die Produktionsebene, also einen Gegenstandsbereich der medienwissenschaftlichen Production Studies. Hier werden nicht nur verschiedene Emotionalisierungskonzepte deutlich, sondern auch die Dramaturgien und Darstellungsformen, die zu ihrer Realisation verwendet werden. Neben geplanten Konfliktstrukturen ist vor allem das Darstellungsmittel Musik von besonderer Relevanz. Bereits beim Casting der Mitwirkenden werden Rollenmuster und an sie geknüpfte Emotionen festgelegt. Im Verlauf der Produktion findet eine Lenkung der Kandidat*innen zu den jeweils erwünschten Emotionen statt. Doch trotz der globalen Distribution der Reality-Formate zeigen sich nationale Differenzen im emotionalen Ausdruck.

Die Analysen zur Affektkonstruktion von Standardsituationen des Formats „Germany's Next Topmodel“ zeigen die jeweils vermittelten impliziten Ideologien auf, mit denen sie verknüpft sind. Dazu zählen Reglementierungen

von Verhaltensmustern, die nicht den neoliberalen Anforderungen ständiger Leistungsbereitschaft entsprechen. Auch das Beharren der Kandidatinnen auf das Recht am eigenen Körper wird von Jurymitgliedern als unprofessionell kritisiert.

Instrumente wie Lautes Denken, parallele Videos der Zuschauer*innen und der jeweils gezeigten Szenen sind eine innovative methodische Grundlage der vielschichtigen Analyse direkter Affekte. Dabei zeigen sich neben sprachlichen Reaktionen auch Analogien zwischen den Körperbewegungen in der Sendung und den Körperbewegungen und Reaktionen der Zuschauer*innen. Ebenso konnte veranschaulicht werden, welche Rolle Affekte in der Bildung von Emotionsgemeinschaften spielen.

In ihrem Fazit stellen die Autor*innen ihre Analyseergebnisse in den Kontext der „Affektregulation in globalen Medienkulturen als Bausteine einer affektiven Gouvernementalität im Rahmen medialer Affektkonomie.“ (S. 275) Das Format „Germany's Next Topmodel“ sei exemplarisch „für eine globale Fernsehökonomie, die mit je spezifischen lokalen Adaptionen ein Publikum auf allen Kontinenten erreicht.“ (S. 289) Das Format ziele „auf die Teilhabe an einer Konsum- und Warenkultur, die mit Affekten des Begehrens und der Sehnsucht erzeugt wird.“ (S. 289f.) Praktiken der Affektrelegation und -kontrolle ermöglichen „Einsichten in die Ambivalenz und Kontingenz der Erzeugung von Gemeinschaft mit und durch Medien.“ (S. 276)

Wünschenswert wäre eine auf den Ergebnissen dieser Studie aufbauende formatübergreifende Untersuchung etwa zur Frage: Welche Rollenmuster und Standardsituationen des Reality TV lösen als Affektgeneratoren welche Emotionen oder Affekte aus? Ein Transfer der Untersuchungsergebnisse könnte in eine Kategorisierung des Reality TV auf der Basis eines emotionalen Spektrums münden. Welche Formate nutzen melodramatische Mechanismen, erzeugen durch Confrontainment Aggressionen oder durch romantische Liebe positive Emotionen? So lösen beispielsweise Zoo- und Flirtcastingformate positive Emotionen aus, Antipathie hingegen ist Teil der Strategie von Confrontainment Formaten wie Kampf der Reality Stars.

Die Autorinnen sehen in ihrer Studie einen Beitrag zur affekttheoretischen Ausrichtung der Kommunikationswissenschaft. (S. 293) Ein intensiver Dialog mit der medienwissenschaftlichen Forschung könnte die Analyse weiterer Aspekte ermöglichen. Dazu zählen insbesondere Analysen der gezielten Lenkung

von Emotionen durch Handlungsstrukturen und der Einfluss etablierter dramaturgischer Konzepte (vgl. Hasche, Kalisch, Weber 2014). Interessant sind in diesem Kontext auch Differenzen zwischen dramaturgischen Strategien und der tatsächlichen Rezeption und Aneignung. Zuschauer*innenreaktionen etwa auf Twitter veranschaulichen immer wieder den Umschlag der Inszenierung in die nicht intendierte komische Wirkung. Die Medienwissenschaft kann aber auch von den erzielten Ergebnissen profitieren. So erscheint es sinnvoll, das Modell der Emotionsgemeinschaft auf die Angebotsbene zu übertragen. Lassen sich Gemeinschaftsbildungen der Reality-Darsteller*innen auf geteilte Emotionen zurückführen?

Der vorliegende Band bildet eine wichtige Grundlage für die Verknüpfung angebots- und rezeptionsorientierter Reality-TV-Forschung und ihrer Einbindung in gesellschaftliche und mediale Entwicklungen.

Joan Kristin Bleicher

Prof. Dr. Joan Kristin Bleicher, Universität Hamburg, Fakultät für Geisteswissenschaften, Fachbereich Sprache, Literatur, Medien I, Institut für Medien und Kommunikation, Überseering 35, 22297 Hamburg, Deutschland, joan.bleicher@uni-hamburg.de

Literatur

Hasche, Christa; Kalisch, Eleonore; Weber, Thomas (Hrsg.). *Der dramaturgische Blick: Potenziale und Modelle im Medienwandel*. Berlin: Avinus 2014.

Carola Richter / Claudia Kozman (Hrsg.)

Arab Media Systems

Open Book Publishers, 2021. – 416 S.

(Reihe Global Communications, Vol. 3)

ISBN Digital ebook (epub) 978-1-80064-062-7

Einige Kommunikationswissenschaftler*innen versuchten, im Zuge des Erfolgs von Mediensystemmodellen, wie denen von Siebert, Peterson und Schramm (1956) und Hallin und Mancini (2004), eigene neue Modelle zu entwickeln. Einige andere erklärten diese Vorhaben bereits im Ansatz für wenig erfolgsversprechend; so beispielsweise Jakubowicz (2010, S. 8), der die Ergebnisse dieser Versuche als enttäuschend einstuft, da keine Typologie allen Komplexitäten eines bestimmten Mediensystems gerecht werden könne und eine wirklich universelle und angemessene Klassifizierung der Mediensysteme an das Unmögliche grenze.

Der vergleichende Ansatz von *Arab Media Systems* geht über eine bloße Zusammenstellung der 18 Länderstudien hinaus. Der Sammelband liefert eine Antwort auf die viel geübte Kritik an der Herangehensweise von Mediensystemmodellen wie *Comparing Media Systems* (Hallin & Mancini, 2004). Dabei verfolgt das Buch nicht den Anspruch, neue Mediensystemtypologien zu entwickeln, sondern arbeitet kontextbezogen und ergebnisoffen. Gerade durch dieses Vorgehen liefert es einen Analyseansatz und Ergebnisse, die über die Region hinaus von Interesse sein dürften.

Etablierte Mediensystemmodelle stoßen vor allem mit ihrer eurozentrischen Perspektive und durch die Vernachlässigung von Dynamiken an ihre Grenzen, da sie so nicht ohne Weiteres auf andere Kontexte übertragen werden können. Richter und Kozman entscheiden sich bewusst gegen die Entwicklung einer neuen Typologie und konzipieren einen eigenen Analyserahmen für *Arab Media Systems*. Über die kritische Auseinandersetzung mit bestehender Forschung und die kontextuellen Gegebenheiten der Region definieren sie fünf Dimensionen, die Grundlage des systematischen Vergleichs der 18 Länder sind: Background Social Composition, Languages and Geography; Historical Developments; Political System and Legal Framework; Economy and Ownership Patterns; Technology and Infrastructure.

Entlang dieser Dimensionen analysieren 18 Expert*innen 18 Länder der Arabischen Liga: Libanon, Syrien, Palästina, Jordanien, Irak, Saudi-Arabien, Vereinigte Arabische Emirate, Katar, Bahrain, Kuwait, Oman, Jemen, Ägypten, Sudan, Libyen, Tunesien, Algerien, Marokko. Alle Länderstudien schließen mit Ausblicken und einer Analyse aktueller Herausforderungen ab. Sie setzen durch das kontextualisierte Vorgehen eigene inhaltliche Schwerpunkte. Abschließend fassen Richter und Kozman nicht einfach die Ergebnisse der Länderstudien zusammen, sondern arbeiten fünf übergreifende Themen heraus, die essenziell für das Verständnis arabischer Mediensysteme sind. Die Einordnung der Länder entlang der folgenden fünf Themendimensionen bilden die Autorinnen in Grafiken ab und ermöglichen so Überblicke zur Verortung der Länder.

Die erste Themendimension *The State's General Approach to Media* zeigt die Art und Weise, wie die Performance von Medien schaffen durch rote Linien, ungeschriebene Regeln und Selbstzensur beeinträchtigt wird, die sich aus dem übergriffigen Verhalten der Staaten ergeben. Es werden zwei Hauptziele identifiziert, die Regierungen typischerweise verfolgen, um

die Instrumentalisierung der Medien zu rechtfertigen: Mobilisierung (u. a. Jordanien, Katar) und Modernisierung (u. a. Syrien, Sudan). Außerdem zeigen sich unterschiedliche Grade der Durchsetzung von Gesetzen und (ungeschriebenen) Regeln. Daraus ergibt sich die Kontrastierung zwischen einem *Laissez-faire*-Ansatz, wie bspw. im Iran und in Libanon, und einer starken Kontrolle der Medien, wie u. a. in Bahrain und Ägypten.

Als zweites Thema gibt *Media Ownership* Aufschluss über die Machtverteilung im Kontext finanzieller Viabilität, klärt, wer im Mittelpunkt der Machtverhältnisse steht und welche Rolle externe Geldgeber spielen. In der Darstellung stehen sich Mediensysteme gegenüber, die entweder als *Loyalist Media* (*Conflict Actors* und *Pluralistic Ownership*) oder *Confrontational Media* (*Family Business Cronies*, *Security Apparatus* und *Pan-Arab Outsourcing*) eingestuft werden. Auffällig ist, dass in allen Ländern öffentlich-rechtlicher Rundfunk keine Rolle spielt.

Das dritte Thema *Fragmentation and Polarization* identifiziert zwei Dimensionen, anhand derer die Länder verglichen werden können: 1. wie das politische System mit Konflikten umgeht (*social conflicts: omnipresent/open vs. hidden/repressed*), 2. wie die Medien Konflikte repräsentieren (*media responses: conscious exclusion vs. conscious exclusion*). Hintergrund hierfür sind starke politische und soziale Polarisierungen aufgrund von ethnischen, religiösen oder politischen Differenzen in den Gesellschaften.

Einen kritischen Blick auf die Errungenschaften der Länder in Hinblick auf Technologie und Infrastruktur wirft Thema vier *Technological Advancement and Innovation*. Hier finden sich zwei Perspektiven: 1. der Zustand der Infrastruktur in Bezug auf Internet- und Telekommunikation und 2. spezifische Strategien für den Aufbau einer High-End-Infrastruktur bzw. deren Fehlen. Dies wird durch sich entgegenstehende Ausprägungen abgebildet: *poorly developed & low priority* finden sich z. B. in Yemen und Sudan und *highly developed & high priority*, bspw. in Bahrain, Kuwait und Oman.

Transnational Mobility and Connection vergleicht die untersuchte Region in Hinblick auf die transnationalen Verbindungen der Medienlandschaften. Die gemeinsame Sprache bedingt, dass Medienproduktionen über Grenzen hinweg eine Verbreitung finden, wie in sonst keiner anderen Region der Welt. Hier werden fünf verschiedene Typen aufgezeigt: *remaining national* (Oman), *strong diasporas* (u. a. Bahrain,

Sudan), *workforce deployers* (u. a. Palästina, Marokko), *traditionally transnational* (Libanon und Ägypten), *new transnational hubs* (Saudi-Arabien, Vereinigte Arabische Emirate, Katar).

Der kontextualisierte Ansatz des Buchs ermöglicht es, „blinde Flecken“ in der vergleichenden Mediensystemforschung auch über die hier untersuchten Kontexte hinaus zu bearbeiten. Mit diesem Vorgehen bietet *Arab Media Systems* einen sehr guten Rahmen für kontextsensitive Vergleiche anderer Weltregionen ohne eurozentrische Verzerrungen.

Melanie Radue

Dr. Melanie Radue, Lehrstuhl für Kommunikationswissenschaft, Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg, Findelgasse 7/9, 90402 Nürnberg, Deutschland, melanie.ra due@fau.de

Literatur

Hallin, Daniel C.; Mancini, Paolo (2004). *Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics*. Cambridge: Cambridge University Press.

Jakubowicz, Karol (2010). Introduction: Media Systems Research: An Overview. In: Bogusawa Dobek-Ostrowska, Michał Gtowacki, Karol Jakubowicz, Miklós Siikösd (Eds.), *Comparative Media Systems: European and Global Perspectives* (pp. 1–22). Central European University Press, www.jstor.org/stable/10.7829/j.ctt12821q.5 [03.08.2021].

Siebert, Fred S.; Peterson, Theodore; Schramm, Wilbur (1956). *Four Theories of the Press: The Authoritarian, Libertarian, Social Responsibility, and Soviet Communist Concepts of What the Press Should Be and Do*. Urbana: University of Illinois Press.

Hedwig Wagner (Hrsg.)

Europäische Medienwissenschaft

Zur Programmatik eines Fachs

Bielefeld: transcript, 2020. – 269 S.

ISBN 978-3-8376-4557-6

Medienwissenschaft gibt es als Disziplin nicht nur in Deutschland, sondern in vielen Ländern Europas, in denen sie allerdings eine unterschiedliche Genese hat. Eine europäische Medienwissenschaft als transnationale Disziplin gibt es bisher nicht – und wird es vermutlich auch nach den programmativen Vorstellungen dieses Sammelbandes nicht geben.

Es ist ein legitimes Unterfangen, wenn die Flensburger Professorin für Europäische Medienwissenschaft, Hedwig Wagner, aus der De-

nomination ihrer Stelle heraus Überlegungen zu einem gleichnamigen Fach anstellt. Die Beiträge des Bandes sollen die Programmatik auffächern. Die Herausgeberin gibt die Linie vor: „Die Europäische Medienwissenschaft stellt eine disziplinäre Intersektion dar zwischen den Europastudien, der deutschsprachigen Medienkulturwissenschaft und den Kultur- und Geschichtswissenschaften“ (S. 12). Diese Definition enthält eine klare nationale Einschränkung – die deutschsprachige Medienkulturwissenschaft, die – außer in Frankreich – international nicht angeschlussfähig ist. Die „europäische Achse“ Deutschland und Frankreich zieht sich durch fast alle Beiträge des Buches.

Jonas Nesselhauf betont in seinem Beitrag die Fruchtbarkeit einer interdisziplinären „Verklammerung von Medien- und Kulturgeschichte in vergleichender Dimension“ (S. 55) als Grundlage einer europäischen Medienkomparatistik. Diese muss auf einem medienwissenschaftlichen Grundverständnis und „einem reflektierten Bewusstsein über den Vergleich“ (S. 56) basieren. So kann sie ein Aspekt einer Europäischen Medienwissenschaft sein. Christian Filk fokussiert in seinem Beitrag die Datafizierung. „Die künftige (Re-)Konstruktion einer Europäischen Medienwissenschaft im strukturellen digitalen Gesellschaftsumbruch dürfte wesentlich von der Kontinuität respektive Diskontinuität der eigenen Problemorientierung von ‚Daten‘ abhängen“ (S. 87; H.i.O.). Die Datafizierung wird von Filk im Kontext der Foucaultschen Diskurstheorie, der Systemtheorie und der Wissenschaftstheorie verortet, wobei der Blick auf Europa verlorengeht.

Der Hamburger Medienwissenschaftler Thomas Weber entwickelt eine Perspektive auf die Europäische Medienwissenschaft, indem er einen metatheoretischen Zugriff wählt mit einer epistemologischen Perspektive auf „sieben zentrale Ordnungen des Medienwissens“ (S. 116): Aisthesis, kognitive Distinktionen, Bedeutungssysteme, mediale Milieus, historische Singularität, Medien als Dokumente sowie epistemologische Relevanz (vgl. S. 116ff.). Mit dem Beispiel eines Projekts der Memory Studies zeigt Weber, wie sehr die Beschäftigung mit „medienkulturellen Erinnerungen an gesellschaftliche Umbrüche in Europa“ (S. 124) eine Perspektive für eine europäische Medienwissenschaft eröffnet.

In seinem Beitrag zur „Medienkulturanalyse“ bietet Matthias Bauer einen Parforceritt durch einen philosophischen Medienbegriff mit der „Dialektik von Extension und Selbstamputation“ (S. 144), die Systemtheorie, die Netz-

werkgesellschaft, die Fernseh-Gesellschaft nach Meyrowitz bis hin zur Grounded Theory, denn: „Aus Sicht der Medienkulturanalyse liegt das Potential der Grounded Theory vor allem darin, dass man mit Hilfe dieser Methode Prozesse der Mediensozialisation (respektive der Medienkulturation) und der Medieninteraktion nachzeichnen, hinsichtlich der Dialektik von Extension und Selbstamputation vergleichen und zu Befunden gelangen kann, die auch für die Medienbildung von erheblicher Relevanz sein dürften, sobald sie auf die Dimension der Performanz fokussieren“ (S. 166). Dieses Potenzial müsste dann europäisch genutzt werden.

Während die Beiträge von Eva Krivanec zu europäischen Kriegseintritten und von Sonja Neef zur Frage einer europäischen Medienkultur eher als Fallbeispiele einer Medienkulturwissenschaft gesehen werden können, lenken Alexander Badenoch und Andreas Fickers den Blick auf Infrastrukturen, von der Eisenbahn bis zur Telekommunikation, die so etwas wie einen europäischen Raum erst ermöglichen. Sie schlagen vor, Infrastrukturen als „mediating interfaces“ und „events“ zu sehen (vgl. S. 256), denn so sei es möglich, „das Zusammenspiel der materiellen, institutionellen und diskursiven Strukturen zu erfassen“ (S. 258). Gerade der Blick auf die Infrastrukturen ermöglicht es, die Bedingungen, unter denen Europa entstanden ist und existiert, genauer in den Blick zu nehmen.

Symptomatisch für die Limitierungen des Bandes ist der Beitrag von Sarah Cordonnier zur „internationalen Medien- und Kommunikationswissenschaft zwischen Disziplinen und Praktiken“. So kritisiert sie, dass der Gedankenaustausch eher punktuell bleibt und „nur selten zu echten wissenschaftlichen Kooperationen zwischen Forschenden unterschiedlicher Nationalitäten“ führt (S. 203). Dies belegt sie mit drei – eher unglücklichen – Fallbeispielen. Die vielen internationalen Kooperationsprojekte, die durch europäische Programme wie Horizon 2020, COST oder im Rahmen des HERA-Netzwerks gefördert wurden, sind ihr offenbar ebenso unbekannt wie die zahlreichen bi- oder multilateralen Forschungsprojekte. Die Konzentration auf deutsch-französische Kooperationen mit eher philosophischer Orientierung verstellt offenbar den Blick für die italienischen, die spanischen, die skandinavischen und die osteuropäischen Traditionen der Medien- und Kommunikationswissenschaft. Für eine Europäische Medienwissenschaft wäre es notwendig, offen für all diese Einflüsse zu

sein und über den Rand der eigenen theoretischen Blase zu schauen. Dieser enge Blick führt dann auch dazu, dass der Studiengang Europäische Medienwissenschaft an der Universität Potsdam, der inzwischen mehr als 20 Jahre existiert, mit keinem Wort erwähnt wird, geschweige denn dass die dortigen Kolleg*innen für einen Beitrag eingeladen wurden. Die Medien-

wissenschaft in Europa ist viel mehr, als es die Beiträge in diesem Band suggerieren.

Lothar Mikos

Prof. Dr. Lothar Mikos, Filmuniversität Babelsberg, Medienwissenschaft, Marlene-Dietrich-Allee 11, 14482 Potsdam, Deutschland, l.mikos@filmuniversitaet.de