

wissenschaftlichen Erkenntnisse auch auf das Fernsehen und kommt zu dem Schluss, dass es eine spezifische Leistung dieses Mediums gebe, „neue Bildkandidaten durch Parallelisierung verschiedener Wahrnehmungsmodalitäten verständlich zu machen“ (S. 259). Inwieweit es Sinn macht, vom Fernsehen als einem eigenen „Sprachsystem“ (ebd.) zu sprechen, muss hinterfragt werden, wenn in den vorliegenden Betrachtungen zur Rezeption die emotionalen Aspekte der AV-Kommunikation ausgeklammert werden.

Der abschließende Beitrag des Bandes von Ingrid Paus-Hasebrink versöhnt dann wieder ein bisschen, da hier am Beispiel einer Fallstudie zu Medienmarken der Kinder die Ebenen der Analyse von AV-Kommunikation noch einmal anschaulich zusammengedacht und vorgeführt werden. Studienpraktische Hinweise mit einer annotierten Bibliographie schließen den Band ab.

Die Autoren haben in ihrem Buch zwar einen einführenden Text vorgelegt, der vielen Studierenden in medien- und kommunikationswissenschaftlichen Studiengängen einen ersten Zugang zur AV-Kommunikation liefert, doch der hohe Anspruch, der darüber hinaus formuliert wurde, die drei Ebenen der AV-Kommunikation – Produktion, Produkt und Rezeption – als Elemente der Kultur zu konzeptionalisieren und im Rahmen von theoretischer und methodischer Triangulation umzusetzen, konnte nur zum Teil verwirklicht werden. Aufgrund der starken Orientierung am Fernsehen wird der Film als weiteres Medium der AV-Kommunikation doch stark vernachlässigt, und auf die Besonderheit von bewegten Bildern wird kaum eingegangen. Dem Charakter eines Einführungsbuches hätte es mehr entsprochen, wenn statt der starken Fokussierung auf ein einzelnes Medium und einzelne Ansätze und Theorien ein Überblick geboten worden wäre, welche Bedeutung den vorhandenen Theorien und Erkenntnissen der Medien- und Kommunikationswissenschaft für das hier sehr verdienstvoll konzipierte kulturtheoretische Verständnis der AV-Kommunikation zukommt und wie sie in dieses Konzept einzufügen sind.

Lothar Mikos

Thomas Berker / Maren Hartmann / Yves Punie / Katie J. Ward (Eds.)

Domestication of Media and Technology

Maidenhead: Open University Press, 2006.
– 254 S.

ISBN 0-335-21768-0

Vor gut fünfzehn Jahren erschienen die ersten grundlegenden Publikationen in Großbritannien, die den Domestication-Ansatz fundierten. Dieser Ansatz untersucht, wie neue Medien und Kommunikationstechnologien in die Wohnungen einziehen und von den Nutzerrinnen und Nutzern in ihren Alltag integriert werden. Impulse kamen insbesondere aus dem sogenannten HICT-Project – Household Use of Information and Communication Technology – von Roger Silverstone, David Morley, Eric Hirsch sowie Sonia Livingstone und somit aus dem Umfeld der britischen Cultural Studies (vgl. die Beiträge in Silverstone/Hirsch 1992). Das HICT-Project knüpfte einerseits an der ethnographisch orientierten Fernsehrezeptionsforschung der 1980er Jahre an (Morley, Lull). Anliegen des Projekts war es andererseits, das Feld der Medienforschung insgesamt in einem breiteren soziotechnischen und kulturellen Rahmen neu zu definieren und die Nutzung des gesamten Ensembles der Medien und Kommunikationstechnologien im Kontext der Haushalte, der Familien-, Generationen- und Geschlechterbeziehungen zu analysieren. In diesem Zugriff liegt die Aktualität des Ansatzes, wie die HerausgeberInnen Thomas Berker, Maren Hartmann, Yves Punie und Katie J. Ward einleitend verdeutlichen. Das Domestizierungskonzept liefert einen Rahmen zur Analyse der digitalen Mediatisierung der Haushalte und weitergehend des Alltags und der sozialen Beziehungen: „As modern societies increasingly become technology-mediated, we need to understand our daily interactions with technologies (...). Looking for an understanding of the role of technology in everyday life is ultimately trying to understand what characterizes modern life.“ (S. 2)

In ihrem Einleitungsbeitrag positionieren die vier HerausgeberInnen, die in spätere europäische Projekte um den kürzlich verstorbenen Roger Silverstone eingebunden waren, den Ansatz im Forschungsfeld. Er widerspricht technikdeterministischen Denkweisen und kritisiert die Beschreibung der Mediennutzung allein auf

Basis standardisierter Daten als unzureichend. Stattdessen fasst er die Verbreitung von Medien- und Kommunikationstechnologien (ICT) als kontextuierten Aneignungsprozess der NutzerInnen, als eng verbunden mit Alltagshandeln und -erfahrungen, als offenen und niemals abgeschlossenen Prozess, der Phasen von „Re- und De-Domestication“ (S. 3) enthalten kann. Die HerausgeberInnen charakterisieren Domestizierung einerseits als Theoriekonzept und andererseits als spezifisches methodisches Herangehen, das vorwiegend durch qualitative, ethnographisch orientierte Methoden gekennzeichnet ist. Dieser Unterteilung folgt auch die Gliederung des Bandes, der im ersten Teil Theorieperspektiven und im zweiten Teil empirische Befunde präsentiert.

Eingerahmt werden die weiteren elf Artikel von Beiträgen der beiden ‚Väter‘ des Domestizierungs-Ansatzes, Morley und Silverstone. LeserInnen, die sich erstmals mit dem Konzept befassen, kann wohl empfohlen werden, am Ende einzusteigen. Zwar steht der Beitrag von Roger Silverstone „Domesticating domestication. Reflections on the life of a concept“ unter der abschließenden Rubrik „Outlook“ und enthält einige Kommentare zu vorhergehenden Artikeln. Gleichwohl liefert der Autor eine anschauliche Skizze der Entstehung und der zentralen Begriffe und Konzepte des Ansatzes. So werden u.a. die vier Phasen des Domestizierungsprozesses vorgestellt (appropriation bzw. commodification, objectification, incorporation, conversion) und die Verbindung und Interdependenz zwischen der häuslichen und der außerhäuslichen Welt, zwischen mikro- und makrosozialen Prozessen betont. Denn Domestizierung als „process of bringing things home – machines and ideas, values and information“ ist immer mit der Überschreitung und Neuaußhandlung der Grenzen zwischen dem sogenannten Privaten und Öffentlichen befasst (S. 233). Wenn sich Silverstone abschließend Argumenten, wonach der Domestizierungsprozess als Abwehr des Wandels und als prinzipiell konservativ charakterisiert sei, zumindest teilweise anschließt, gibt er der Technik eine eigenständige Bedeutung außerhalb des Sozialen, die in Frage gestellt werden kann (dies gilt im Übrigen auch für die Bezugnahmen zum Wortursprung des Zähmens eines wilden Tieres). Zugleich ist damit aber der wichtige Umstand angedeutet, dass manche Revolutionsmetapher im Kontext neuer Medientechnologien zu rela-

tivieren ist, wenn die Prozesse der Aneignung und Alltagsintegration der Medien mitgedacht und historisierend analysiert werden.

Der am Anfang platzierte Beitrag von David Morley „What’s ‘home’ got to do with it? Contradictory dynamics in the domestication of technology and the dislocation of domesticity“ diskutiert den Ansatz instruktiv unter den Bedingungen des Wandels im Zeichen der Digitalisierung. Morley sieht einerseits einen tiefgreifenden Wandel des Zuhauses selbst, etwa in Form des voll verkabelten Hauses, in dem die Technologien nicht bloß eine domestierte Ergänzung des Zuhauses sind, sondern das Zuhause selbst als „mediated“ konstituieren. Solche und weitere Veränderungen sollen aber nicht dazu verleiten, von einem völligen Umbruch wie etwa der Auflösung des Ortes oder einer Irrelevanz der ‚alten‘ Medien auszugehen. Vielmehr plädiert Morley für eine (weiterhin) historisierende Perspektive und für eine Forschung, die das Ensemble der Medien, d.h. die Art und Weise der Koexistenz alter und neuer Medien im Alltag analysiert, statt einfach nur das Internet gegen den Fernseher als Forschungsfokus auszutauschen. Auch sein Hinweis, dass mit neuen Medien durchaus sehr traditionelle Interessen verfolgt werden können, verdient Beachtung.

Die große Bedeutung der Mobilkommunikation bringt Morley mit dem Domestizierungskonzept zusammen, indem er einem technologisch vermittelten Prozess der Dislokalisierung der Häuslichkeit („domesticity“) diagnostiziert. Über das Handy, das wesentlich zur Kontaktpllege im sozialen Nahbereich genutzt wird, kann das Zuhause ‚mitgenommen‘ und der öffentliche Raum mit heimischen Gesprächen gefüllt werden. So sind Technologien wie das Mobiltelefon nicht nur Werkzeuge zur Ausdehnung des kulturellen Horizonts, sondern ebenso Instrumente, mit denen Menschen versuchen, Sicherheit und ein Gefühl von Örtlichkeit in einer Kultur des Flusses und der Deteriorialisierung zu gewinnen.

Weitere theorieorientierte Diskussionen bieten Knut Sorensen, der den in Norwegen stärker als technology studies gefassten Zugriff auf den Ansatz entfaltet, Maren Hartmann, die das Konzept der „Double Articulation“ von ICT diskutiert und dessen Erweiterung vorschlägt, Leslie Haddon, der einen Überblick über empirische Studien aus den 1990er Jahren gibt und u.a. die Bedeutung unterschiedlicher

Haushaltsstrukturen und -dynamiken für die Mediennutzung herausarbeitet, sowie *Maria Bakardjieva*, die auf Basis ihrer Studien zur Domestizierung des Internets den Ansatz konkret und inspirierend weiterentwickelt – sie analysiert u. a. die ständige Präsenz des Außen in der häuslichen Sphäre, fundiert konzeptionell den Begriff des „Zuhauses“ (anstelle des Haushalts) und des „Alltags“ (anstelle des Konsums) und spricht das Problem an, die Mikrostudien auf der Makroebene in ein größeres Ganzes einzufügen und normative Relevanz zu erlangen.

Die empirisch orientierten Beiträge des zweiten Teils beziehen sowohl die häusliche Sphäre im engeren Sinne ein – Haushalte von Alleinerziehenden (*Anna M. R. Lemor*) und von chinesischen Mittelklassefamilien (*Sun Sun Lim*) –, aber auch andere Kontexte wie Computerkurse für AnfängerInnen in ihrem Einfluss auf Domestizierungsprozesse (*Deirdre Hynes* und *Els Rommes*) und die Arbeitswelt (*Jo Pierson*). *Katie Ward* untersucht die Strategien von Menschen, die ihrer Arbeit zu Hause am PC nachgehen, und zeigt, wie diese an Grenzziehungen innerhalb des Häuslichen arbeiten und durch die Definition räumlicher und zeitlicher Zonen Arbeitszeit von Freizeit/Familienzeit unterscheiden; auch die verschiedenen Medien im Haushalt werden diesen Bereichen spezifisch zugeordnet.

Unberücksichtigt bleibt in dem Band die historische Perspektive auf die Domestizierung der ‚alten‘ Medien (Radio, Fernsehen, Video, auch Telefon), die für die Entstehung und Ausarbeitung des Domestizierungskonzepts konstitutiv war und gerade vor dem Hintergrund der Digitalisierung wichtige Aufschlüsse und Einordnungen ermöglicht. In diesem Rahmen wurde Domestizierung auch als Impuls für eine stärkere Teilhabe an neuen Medien über soziale (Geschlechter-)Grenzen hinweg gefasst.

Es ist zu hoffen, dass der instruktive Band auf eine lebhafte Rezeption gerade beim deutschen Publikum stößt – mit Maren Hartmann (Berlin) ist sogar eine deutsche Kollegin im europäisch besetzten Herausgeberkreis. Denn während das Domestizierungskonzept in Europa, insbesondere im britischen und skandinavischen Kontext vielfach verwendet und weiter diskutiert wurde, deutet sich in Deutschland erst seit Kurzem ein stärkeres Interesse an – angestoßen wohl durch die Digitalisierung und Mediatisierung aller Lebensbereiche, die mit individuenzentrierten und allein auf innere

Rezeptionsprozesse ausgerichteten Ansätzen nicht adäquat zu analysieren sind.

Jutta Röser

Literatur

Silverstone, Roger; Hirsch, Eric (Eds.) (1992): *Consuming Technologies. Media and Information in Domestic Spaces*. London/New York: Routledge.

Robert G. Picard (Hrsg.)

Media Product Portfolios

Issues in Management of Multiple Products and Services

Mahway, New Jersey; London: Lawrence Erlbaum Associates, 2005. – 266 S.

ISBN 0-8058-5589-0

Medien-Produktportfolios entstehen, wenn Unternehmen mehr als nur ein Produkt auf dem Markt anbietet. In einigen Teilbereichen der Medien war dies – so der Befund des Herausgebers dieses Bandes – über lange Zeit die Ausnahme. Zeitungs- und Rundfunkunternehmen waren traditionell Ein-Produkt-Unternehmen, die neue Titel allenfalls auf neuen Märkten anboten. Mittlerweile habe sich dieses Bild gewandelt: In fast allen Medienteilmärkten seien Unternehmen mit diversifizierten Portfolios unterschiedlicher Titel und Programme tätig – oft auch über die Grenzen der Medienteilmärkte hinweg.

In zehn Beiträgen widmet sich dieser Herausgeberband den unterschiedlichen Fragen, die mit dieser Entwicklung verbunden sind. Gefragt wird unter anderem, welche Ursachen für das Entstehen von Portfolios verantwortlich sind, wie diese aufgebaut sind, optimiert werden können und welche strategischen Implikationen sich für die Unternehmensführung ergeben. Der Band ist Resultat eines Forschungsseminars an der Jönköping International Business School im Jahr 2003 und versammelt die Beiträge von elf Wissenschaftlern.

Robert Picard (Jönköping International Business School) zeigt im ersten Beitrag, auf welche Weise das Bemühen um Risikoreduktion, Stabilität und Nachhaltigkeit, Wachstum, Kundenbindung und Effizienz das Entstehen von diversifizierten Angebotsportfolios begünstigen. Die konkrete Gestalt der Portfolios hänge dabei vor allem von Unternehmensspezifika, Rahmenbedingungen und Wettbewerbs-