

Besprechungen

Klaus Arnold / Paschal Preston / Susanne Kinnebrock (Hrsg.)

The Handbook of European Communication

New York: Wiley, 2020. – 494 S.

(Reihe: Handbooks in Communication and Media)

ISBN 978-1-119-16162-2

It is difficult to do justice to such a rich and wide-ranging volume as this in such a short space. With its roots in the Communication History section of ECREA (the European Communication Research and Education Association) the Handbook was, note the editors in the preface, 'driven by a firm belief in the value and benefits of a common European communication history despite Europe's diversity ... The resulting text delivers on the original vision and aim: to illuminate important moments and aspects in European communication history from different national and cultural perspectives'. From a British perspective, at least, the book comes at an important time in our history when more than ever we need to remember that there is such a thing as European communication history. The authors also pay tribute to one of the co-editors, Klaus Arnold, whose untimely passing meant that he did not get to see the project through to fruition. Nevertheless, the volume is testimony to his vision and is a fitting legacy.

James Curran once referred to media history as being the neglected grandparent of media studies: isolated, ignored, and rarely visited by her offspring. Thankfully, this has now changed and the 'turn' to a more historical approach to the media has become noticeable. As editor of *Media History*, I have no shortage of material for publication, and this is heartening. It is within this context that this volume has been published. The contributors are all scholars of media and cultural history in its various forms and have collaborated to bring us a compelling and thoroughly-researched piece of scholarship. It would be impossible to summarise all of the twenty-five chapters, so I will attempt to provide an overview of the volume as a whole, focusing on a selection of chapters, which have piqued my attention.

The editors' introduction is a detailed analysis of the challenges faced in constructing a European media history. Included in this consideration is a discussion on Europe itself. "Europe", the editors argue, 'is more than just

a geographical region ... it connotes ideas about specific and shared values or realities characterized increasingly by transnational experiences, multiple links, converging (if not truly common) life-styles, institutions, and problems'. At the same time, there is a recognition that Europe is made up of nation states and nations with divisions in terms of gender, social class, religion etc., and what the Handbook aims to do – and does so successfully in my opinion – is to acknowledge and reflect that historical complexity and diversity.

The chapters have been grouped together into four parts, the first three following a broadly chronological structure, while the fourth part explores some themes and debates which are more general in nature and cut across the decades. The first section covers the period from around 1880 to 1945 and includes chapters on European film since the 1890s, the rise of propaganda during the First World War, the rise of mass media in 1920s Europe, and international radio broadcasting during the Second World War. The chapter on the emergence of radio broadcasting in Europe is an example of the strength of this volume. While I am familiar with the origins of British radio, including the key role played by John Reith, I was not so familiar with developments in Czechoslovakia and Portugal. Contributions focusing on the US and Germany, together with references to other countries such as Sweden and Norway, underline the fact that there is an interesting discussion to be had on the role played by enthusiasts in driving developments and the role of the state in promoting and supporting the emergent communication method.

The second part of the volume begins with a detailed and well-researched overview of the media at the end of the war in 1945 and focuses on the UK, Germany, and Sweden as case studies of countries emerging from conflict as victor, defeated, and neutral respectively. One of the key conclusions of the authors of this chapter is that 1945 should not necessarily be considered as a turning point in European media and communication history. Rather, there were clear continuities, a return to the national framework and a national way of thinking, and 'no substantial ideas for using media for transnational and international communication' came until later in the 1940s and early 1950s. Other chapters in this section consider the development of European media during the Cold War, the rise of television (and the shift from public to domestic space), and the rise of commercial broadcasting.

The contributions in the third section of the book focus on media developments after the Cold War and include chapters on media developments in Central and Eastern European countries, the rise of multinational companies, and the development of a European public sphere. The final chapter in this section asks the question as to whether or not the rise of the Internet from the 1990s onwards has led to a decline in newspaper publishing and the end of journalism. The conclusion of the authors is that while the rise of the internet did not lead to the death of journalism, it undoubtedly led to a change in journalistic practices and on the platforms through which news information was delivered. The internet has been one factor, but there are others, which have impacted on journalism, argue the authors: 'In addition to economic challenges caused by a culture of free or subsidized content – not exclusively online – and the shift of advertising revenues toward web media, professional journalism also faces a dramatic loss of credibility.' The challenges are far from over, therefore.

The final section of the Handbook explores wider themes such as gender, ethnic minorities, changes in audience behaviour, and the development of journalism education in Europe. Paschal Preston's final chapter is an apposite ending to the book, asking whether we should think 'beyond the national'.

The editors state at the end of the preface to the book that they 'are confident that the Handbook will make a significant contribution toward internationalizing communication history'. With thoroughly researched, well-written, and accessible chapters, together with extensive bibliographies at the end of each chapter, I have no doubt whatsoever that it will. The volume deserves a place on the bookshelf (or on the PC) of all who teach, research, and have a passion for the history of media and communication in Europe.

James Medhurst

Dr. James Medhurst, Aberystwyth University, Department of Theatre, Film & Television Studies, Parry-Williams Building, Penglais Campus, Aberystwyth. SY23 3AJ, Wales, UK, jsm@aber.ac.uk

Michael Haller / Walter Hömberg (Hrsg.)

„Ich lass mir den Mund nicht verbieten!“

Journalisten als Wegbereiter der Pressefreiheit und Demokratie

Ditzingen: Philipp Reclam jun., 2020. – 286 S., 42 Abb.

ISBN 978-3-15-011277-9

Es sei ein langer Weg zu demokratischen Rechtsstaaten gewesen, die als Wohlfahrtsstaaten auch den sozial Schwächeren Partizipationsrechte und -chancen eröffneten. Das System funktioniere nur, wenn verlässliche Informationen über Staat und Gesellschaft frei und ungehindert öffentlich kommuniziert werden könnten, und dies gelte – unter sich wandelnden Bedingungen – bis in die Gegenwart. An diesem Narrativ orientiert sich die anzuzeigende Galerie von 50 Einzelporräts von Journalistinnen und Journalisten, acht kollektivbiographisch angelegten Essays zu herausragenden Presseorganen bzw. Medieneignissen. Sie sollen belegen, wie „weitsichtige Köpfe“ unter den Journalisten, „das Profil ihres Metiers“ prägten, „Impulse für die weitere Entwicklung des Berufs gegeben haben“ und im skizzierten Kontext „moderner Journalismus zu seiner gesellschaftlichen Funktion“ fand (S. 10). Ein Drittel der „Kurzessays“ erschien bereits in der Rubrik „Highlights des Journalismus“ der Zeitschrift „Message“ (1999–2015). Die Autoren rekrutieren sich aus der (Kommunikations-)Wissenschaft, bekannte Namen aus dem Berufsjournalismus sind ebenfalls beteiligt.

Die Essays werden gerahmt von knappen Überblicken (Autor: Mitherausgeber Hömberg), die die in den vier Kapitelüberschriften bereits schlagwortartig zusammengefassten medien- bzw. journalismusgeschichtlichen Trends aufgreifen. Sie entsprechen dem Konsens in der Forschung über die Entfaltung und Differenzierung der Profession im zeitlichen Verlauf. Ausgewählt sind perspektivisch Berufsvertreter aus „Westeuropa“, Schwerpunkte bilden solche aus dem deutschsprachigen sowie dem angloamerikanischen Raum. Letztere deshalb, weil sich dort Berufsbild und professionelle Maßstäbe unter „hohe[m] politische[m]“ und – wie man ergänzen muss – auch ökonomischem „Druck seine wesentlichen Ausprägungen“ erfuhr (S. 12).

Das erste Kapitel porträtiert Journalisten bzw. ihre Vorläufer im Übergang „Vom Nachrichten- zum Meinungsjournalismus“ im 17. und 18. Jahrhundert mit den Ansätzen von allmählich „gewichteter“ Nachrichtenauswahl und Meinungskommentaren: im Räsonnement

über die verhandelten Gegenstände etwa im britischen Parlamentsjournalismus, im deutschen Sprachraum beim „Hamburgischen Correspondenten“, mit Zeitschriftenbeiträgen u. Ä. von durch die Obrigkeit drangsalierten „Protojournalisten“ wie Schubarth, Wekhrin und anderen.

Der zweite Teil skizziert in den Essays den Übergang „Vom schriftstellerischen zum redaktionellen Journalismus“ im 19. Jahrhundert: Autoren, zu denen sich auch Frauen gesellen, arbeiten häufig noch für Buch und Presse. Neben der Politik im weitesten Sinne nehmen sie gesellschaftliche Verhältnisse, soziales Elend und Benachteiligungen in den Blick. Sie stoßen Reformen an und tragen letztlich auch zur Teilhabe bei: Vertreten sind Seume, Heine, Puschkin, Marx, Stanley, Nelly Bley, Zola u. a. Fortdauernde Zensurbeschränkungen halten die quantitative Expansion des Pressewesens insbesondere nach 1850 nicht auf.

Auch der dritte Zeitabschnitt, die erste Hälfte des 20. Jahrhunderts, steht im Zeichen von „[...] Expansion und politische[r] Restriktion“. Die Porträts belegen, wie der weitgehend professionalisierte Berufsstand auch mit neuen Formen – vor allem der Reportage – die soziale Wirklichkeit zu erfassen unternimmt, doch – wenn auch unterschiedlich – weiter von Beschränkungen, auch Verfolgung betroffen ist. Dies gilt besonders für mutige Berufsvertreter im nationalsozialistischen Deutschland wie Ossietzky, Schairer, die exilierten wie Kisch, Roth, Heiden u. a.

Der vierte Abschnitt zur zweiten Jahrhunderthälfte steht weitgehend im Zeichen des „Neuanfang[s]“ in Deutschland mit einem reformierten Pressewesen und der öffentlich-rechtlichen Rundfunkverfassung, die explizit freie journalistische Entfaltung ermöglichen soll. Insofern verwundert es, dass außer der frühen NWDR-Journalisten-Crew und dem „Grenzgänger“ Günter Gaus keine Rundfunkjournalistinnen und -journalisten vertreten sind. „Spiegel“ und „Spiegelaffäre“ sowie in den USA durch Journalistinnen und Journalisten aufgedeckte Skandale wie Watergate und My Lai prägen das Kapitel. Journalistinnen und Journalisten der „digitalisierte[n] Medienwelt“ werden nicht mehr behandelt, weil diese „in ihren Auswirkungen nicht zu übersehen ist“. Davon, dass „die in den Porträts thematisierten professionellen Maßstäbe ... gültig bleiben (müssen)“ (S.12), sind die Herausgeber zu Recht überzeugt.

Die Essays nehmen herausragende Einzelleistungen oder das Lebenswerk der Porträtierten in den Blick als Beitrag zur apostrophierten

„gesellschaftlichen Funktion“. Sie sind gelegentlich nicht frei von Überhöhungen, erwähnen jedoch gleichzeitige Fehlleistungen sowie die hin und wieder unvermeidliche „deformation professionnelle“: Abenteuerlust, Ruhm such, Eitelkeit usw.

Dem Buch sind viele Leserinnen und Leser gerade in einer Zeit zu wünschen, in der die professionellen Standards sowohl aus wirtschaftlichen Gründen wie durch vielfältige Delegitimierung unter Druck geraten und eine positive gesellschaftliche Funktion infrage gestellt wird. Insofern ist ein auch von Orientierung an historischen Vorbildern gespeistes Vertrauen in fundierten Journalismus beim breiteren Publikum ein Desiderat. Greift dieses zu einem Buch, das aktiven Journalistinnen und Journalisten zur (Selbst-)Vergewisserung dienen kann? Für Ausbildung, Lehre und Wissenschaft fehlt etwas Wesentliches jenseits der thematischen Erstorientierung: knappste Literaturhinweise zur Vertiefung stehen nicht zu Verfügung. Das mindert den Gebrauchswert für einen weiteren Nutzerkreis.

Edgar Lersch

Prof. Dr. Edgar Lersch, Ursrainer Ring 93, 72076 Tübingen, Deutschland, edgar.lersch@t-online.de

Denis McQuail / Mark Deuze

McQuail's Media and Mass Communication Theory, 7th edition

London: Sage, 2020. – 688 S.

ISBN 978-1-473902510 (Paperback)

In seinem 2019 erschienenen Band „Communication – A post-discipline“ reflektierte Silvio Waisbord seine Erfahrungen als Herausgeber des *Journal of Communication* dahingehend, dass das Feld, das wir im deutschsprachigen Raum Kommunikations- und Medienwissenschaft nennen, in sich hochgradig fragmentiert und spezialisiert ist, viel zu divers, als dass es ein gemeinsames intellektuelles Unterfangen sein könnte. Dem steht seit 1983 die von Denis McQuail verfasste „Mass Communication Theory“ gegenüber, die bis zu dessen Tod im Jahr 2017 in sechs Auflagen erschien und sich immer durch eine „große Erzählung“ der Geschichte des Felds ausgezeichnet hat. Über lange Jahrzehnte galt dieses Buch in Europa als die Einführung in die Kommunikations- und Medienwissenschaft, die immer auch Orientierung in diesem vielschichtigen Fach – oder, wie auch McQuail immer sagte: Feld – bot.

Nun hat Mark Deuze die „Mass Communication Theory“ überarbeitet und in einer siebten Auflage als „McQuail's Media and Mass Communication Theory“ publiziert. Damit steht sofort die Frage im Raum, ob eine solche Überarbeitung überhaupt gelingen kann, wo die Kommunikations- und Medienwissenschaft sich seit der letzten von McQuail verfassten Auflage aus dem Jahr 2010 weiter differenzierte und sich die Medienumgebung zum Teil radikal veränderte. Die knappe Antwort, die man auf diese Fragen geben kann: Ja, es ist auf vortreffliche Weise gelungen. Und zwar deswegen, weil sich Deuze dazu entschieden hat, die orientierende Erzählung – die Abarbeitung am „grand narrative“ (S. 581) des Felds und dessen Veränderung – weiterhin im Vordergrund zu belassen. Damit schafft er, wie schon McQuail, etwas, was einer Vielzahl von Einführungen nicht gelingt: Orientierung in der Fragmentierung und Spezialisierung des Fachs. Um das Bild des Felds einmal wörtlich zu gebrauchen: Das Buch ist ein Spaziergang durch das Feld der Kommunikations- und Medienwissenschaft, bei dem es nicht möglich ist, jeden Baum, Busch und Grashalm näher zu betrachten, bei dem man aber danach dieses Feld in seinen Grundzügen kennt.

Hierzu spannt das Buch einen Bogen, für den der einführende Teil 1 und der abschließende Teil 8 den Rahmen bilden. Deuze entwickelt die Argumentation von McQuail weiter zu einer Erzählung, die er selbst als „the rise, decline and return of mass media“ (S. 29) bezeichnet (bei McQuail hieß das entsprechende Kapitel noch „the rise of mass media“). Im Kern argumentiert Deuze, dass McQuails ursprüngliche Theorie der Massenkommunikation fest in der Forschung zum klassischen Rundfunk und Print verankert war, die mit der Etablierung der digitalen Medien und ihrer Infrastrukturen so in Frage gestellt wurde; wobei im heutigen hybriden Mediensystem, in dem zunehmend alle Medien digital werden, die mit der Massenkommunikationstheorie verbundenen *Fragen* eine neue Relevanz und Bedeutung gewonnen haben. Dies heißt nicht, dass jede dieser „klassischen“ Theorien heute noch tragfähig wäre – viele sind es nicht. Aber die durch sie aufgeworfenen grundlegenden Fragen haben nichts an Bedeutung eingebüßt.

Geklammert durch diesen Argumentationsbogen bewegt sich das Buch durch das gesamte Feld der Kommunikations- und Medienwissenschaft. In einem einleitenden Teil wird die oben umrissene Gesamtargumentation entwickelt. Es schließen sich weitere Teile an zu Theorien (von klassischen Modellen der Mas-

senkommunikation bis hin zu Theorien digitaler Medien), Strukturen (von gesellschaftlichen Leistungen der Medien, Medienökonomie und Mediengovernance bis hin zur Globalisierung), Organisationen (nicht nur des Journalismus, sondern auch anderer Bereiche der Medienproduktion einschließlich Computerspiel), Inhalten (wo auch Fragen von Genre, Formaten und (Inter-)Textualität diskutiert werden), Publika (wobei deren zunehmende Individualisierung den Rahmen setzt) und Wirkungen (von klassischen Ansätzen der Wirkungsforschung bis zu heutigen, differenzierteren Vorstellungen). Der letzte, Epilog genannte Teil kommt zur rahmenden Erzählung zurück und setzt sich mit der Zukunft der Medienkommunikation und deren Erforschung auseinander.

Die Grundstruktur liegt so dicht an der der letzten von McQuail verantworteten Ausgabe, wobei die Aktualisierungen der einzelnen Kapitelüberschriften (aus „New Media – New Theory“) für die Veränderung der Inhalte steht. Bei Kapiteln zu Forschungsgebieten (bspw. Medienorganisationen, wozu Mark Deuze und Tamara Witschge 2019 mit „Beyond Journalism“ eine der wichtigsten Publikationen der letzten Jahre verfasst haben) kann sich Deuze bei der Überarbeitung und Aktualisierung auf die eigene Expertise stützen. Bei Kapiteln wie dem zu Publika berücksichtigte er den Rat von bekannten Wissenschaftler:innen des jeweiligen Bereichs, in diesem Fall Sonia Livingstone.

Während das Buch ursprünglich stark aus einer anglo-amerikanischen Perspektive geschrieben war, versucht Deuze dies zu durchbrechen. Ein vollkommenes „De-Westernizing“ (Curran & Park 2000; Gunaratne 2010) des Diskurses ist dabei sicherlich in einer solchen Einführung nicht möglich; Deuze ist es aber zumindest gelungen, neben der anglo-amerikanischen sehr gut eine europäische und in Teilen lateinamerikanische Sicht zu integrieren.

Eine Besonderheit des Buchs ist, dass Deuze das in manchen Ländern verbreitete Schisma von Kommunikationswissenschaft einerseits und Medienwissenschaft andererseits gezielt vermeidet. Dies merkt man bereits am Titel: Der Umstand, dass das Buch nun „McQuail's Media and Mass Communication Theory“ heißt, macht deutlich, dass es in McQuails Argumentation implizit immer schon auch um eine Medientheorie ging. Vor allem aber, dass eine produktive Theorieentwicklung um Fragen von Medien und Gesellschaft nur möglich wird, wenn wissenschaftliche Traditionen aus den „Geistes- und Sozialwissenschaften mit-

einander ins Gespräch“ (S. viii) gebracht werden.

Als einziger Wermutstropfen fiel mir an diesem Buch auf, dass der Index nicht wirklich verlässlich ist. Dies sollte man vielleicht im Blick haben, wenn man den Band in der Lehre einsetzen möchte – aber damit lässt sich in Zeiten digitaler Texte umgehen. Sicherlich, manchmal hätte ich mir gewünscht, dass dieses oder jenes detaillierter dargestellt worden wäre. Nach etwas Zögern ist aber auch sofort wieder klar: Stellt man das Feld der Kommunikations- und Medienwissenschaft auf rund 650 Seiten dar, so muss das ein Spaziergang sein. Und ja, da kann man nicht an jedem Baum, Busch und Grashalm stehen bleiben.

Zusammenfassend lässt sich damit sagen, dass wir alle dankbar sein dürfen, dass Mark Deuze die Aufgabe auf sich genommen hat, das ursprünglich von Denis McQuail verfasste Buch auf die Höhe der Zeit zu bringen. Herausgekommen ist eine der besten Einführungen, die die Kommunikations- und Medienwissenschaft jemals hatte. Ich kann diese Neuauflage nur für alle Arten von Einführungsveranstaltungen empfehlen. Durch die Breite der Darstellung entwickeln mit ihr Studierende auch einen Blick für die Internationalität des Fachs und lernen, die eigene Sicht in umfassendere Horizonte einzuordnen. Der Band bietet so eine grundlegende Orientierung, der von Silvio Waisbord umschriebenen Fragmentierung und Spezialisierung des Felds zum Trotz. Und es ist genau eine solche Orientierung, die bei einer Einführung in die Kommunikations- und Medienwissenschaft zählt. In diesem Sinne bleibt „McQuail's Media and Mass Communication Theory“ einer der Klassiker unter den Lehrbüchern des Fachs.

Andreas Hepp

Prof. Dr. Andreas Hepp, Universität Bremen, ZeMKI – Zentrum für Medien-, Kommunikations- & Informationsforschung, Linzerstr. 4, 28359 Bremen, Deutschland, ahepp@uni-bremen.de, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7292-4147>.

Literatur

Curran, J., & Park, M.-J. (Eds.) (2000). *De-westernizing media studies*. London/New York: Routledge.
Deuze, M., & Witschge, T. (2019). *Beyond Journalism*. Cambridge: Polity.
Gunaratne, S. A. (2010). De-westernizing communication/social science research: Opportunities and limitations. *Media, Culture & Society*, 32(3), 473–500.

Waisbord, S. (2019). *Communication: A post-discipline*. Cambridge: Polity.

Stephan Niemand

Alltagsumbrüche und Medienhandeln

Eine qualitative Panelstudie zum Wandel der Mediennutzung in Übergangsphasen

Wiesbaden: Springer VS, 2020. – 264 S.

ISBN 978-3-658-30737-0

Die im Rahmen einer mehrteiligen, DFG geförderten und von Jutta Röser geleiteten Projektreihe zum „mediatisierten Zuhause“ entstandene qualitative Panelstudie von Stephan Niemand lag der Universität Münster als Dissertationsschrift vor und wurde, dies soll gleich zu Beginn gesagt werden, zweimal prämiert: zum einen von der Universität Münster selbst; dort wurde Niemand der Dissertationspreis für hervorragende Doktorarbeiten verliehen. Zum anderen erhielt er den Dissertationspreis der Fachgruppe Soziologie der Medienkommunikation der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPK). Und Stephan Niemands Buch „Alltagsumbrüche und Medienhandeln“ überzeugt auch die Rezessenten.

Subjektive Wahrnehmungs- und Verarbeitungsprozesse und somit Bedeutungszuschreibungen nachzeichnen zu wollen, setzt eine methodisch anspruchsvoll angelegte Forschung voraus, die in der Lage ist, den fortschreitenden Mediatisierungsprozessen nicht hinterher zu hinken, sondern sie zu begleiten und die Wandlungsprozesse, die sie mitinitiiieren, adäquat analytisch zu erfassen; dies leisten in besonderem Maße Längsschnittstudien. Fast könnte man mit einem Werbespruch sagen: Nie waren diese so wertvoll wie heute; denn niemals zuvor waren Medien unterschiedlicher Art so tief in den Alltag von Menschen integriert und unterliegen in ihren Angebotsweisen einem derart schnellen Wandel, wie dies mittlerweile der Fall ist.

Langzeitstudien sind jedoch alles andere als ein „Tagesgeschäft“, im Gegenteil, sie fordern Wissenschaftler und Wissenschaftlerinnen nicht nur auf unterschiedlichen Ebenen heraus, sondern dies auch über eine lange Zeitspanne. Stephan Niemand legt mit seiner Studie eine gelungene Langzeitstudie vor; sowohl theoretisch als auch methodisch bietet sie einen ausgezeichneten Einblick in Alltagsumbrüche, wie die Veränderungen des Alltags durch Elternschaft, den Auszug der Kinder, Trennungen, neue Partnerschaften, einen Umzug, aber auch

den Tod eines Partners bzw. einer Partnerin. Niemand macht eindrucksvoll deutlich, welche Rolle derartige Alltagsumbrüche bei 25 Paaren haushalten für ihren Mediengebrauch spielen.

Mit Hilfe medienethnografischer Studien untersucht Stephan Niemand zu vier unterschiedlichen Zeitpunkten (2008, 2011, 2013 und 2016) in drei Alters- und zwei Schulbildungsgruppen, „inwiefern Alltagsumbrüche das häusliche Medienhandeln dynamisieren und welche Aussagen anhand dieser Analysen zur Beziehung zwischen alltäglicher Lebensführung und Medienhandeln getroffen werden können“. Als einen Alltagsumbruch definiert Stephan Niemand „ein vielschichtiges Ereignis, das unmittelbar in mehreren Dimensionen der alltäglichen Lebensführung tiefgreifende Umstrukturierungen erforderlich macht“ (S. 68).

Ausgehend vom Domestizierungsansatz, der auch der gesamten DFG-Studie von Röser und ihrem Team zugrunde liegt, basiert Niemands Konzept der Alltagsumbrüche theoretisch auf der lebensweltorientierten Forschung. Er fragt mit Referenz an Kudera und Voß nach der Lebensführung von Menschen und zielt damit in seiner Studie auf den Gesamtzusammenhang der Alltagstätigkeiten von Paaren und ihren darin eingelagerten Mediengebrauch. Lebenswelt ist, wie dies Kudera formuliert, „die Summe all dessen [...], was die Menschen Tag für Tag tun oder lassen. Gemeint ist [...] die individuell konstruierte und im Lauf der Zeit institutionalisierte Ordnung des Alltagslebens, die dem täglichen Handeln Richtung, Effizienz und Sinn sowie dem Leben insgesamt Stabilität, Kohärenz und Kontinuität verleiht“ (Kudera 2001, S. 51).

Die Lebensführung kann, so Stephan Niemand, in „zeitlicher, räumlicher, inhaltlicher, sozialer, sinnhafter, emotionaler und materieller Hinsicht“ (S. 42; Hervorhebung im Original) analysiert werden. Für seine Studie gewann ein Alltagsumbruch immer dann an Bedeutung, wenn „er mit einer Dynamisierung des Medienhandelns in Zusammenhang“ stand und in diesem Sinne von einem „medienrelevanten Alltagsumbruch“ gesprochen werden kann (S. 247). In seiner theoretischen Auseinandersetzung mit der Lebenswelt-Forschung, speziell der auf die Lebensführung von Individuen bezogenen, generiert Niemand die folgenden fünf handlungsleitenden Prinzipien: Ganzheitlichkeit, Kontextorientierung, Prozessorientierung, Offenheit der Entwicklungsrichtung sowie Nutzerzentrierung; sie leiten seine Analyse des Zusammenhangs von Alltagsumbrüchen und Medienhandeln an.

Im Mittelpunkt von Niemands Untersuchung stehen ethnografisch-orientierte Leitfadeninterviews, die zu Hause bei den Paaren durchgeführt wurden, in den Erhebungswellen 2008, 2011 und 2013. Im Zusammenhang mit den Leitfadeninterviews kamen, teils von Erhebungsphase zu Erhebungsphase variierend, weitere Erhebungsmethoden zum Einsatz: So fertigten die Paare in der zweiten Erhebungsphase 2011 bei einer Wohnungsbegehung Wohnungsskizzen ihrer räumlichen Medienarrangements an; die Online-Kommunikation wurde mittels einer Tabelle erhoben. In der dritten Erhebungsphase 2013 führte das Forschungsteam als Vorbereitung auf den Besuch im Haushalt der Paare eine ausführliche schriftliche Befragung zur Medienausstattung und -nutzung durch. Im Interview setzten sie eine Kartierungstechnik ein, um die Praktiken im Umgang mit den unterschiedlichen Medien und ihr Verhältnis dabei untereinander systematisch zu erfassen. Zudem wurden mit Hilfe eines Extrabogens die Tätigkeiten detailliert erhoben, zu denen die Paare zu Hause das Internet einsetzten (z. B. Alltagsaufgaben erledigen, Spiele spielen oder berufliche Aufgaben erledigen). In der letzten Erhebungsphase 2016 erweiterte das Forschungsteam die Daten durch eine umfassende schriftliche standardisierte Fragebogenerhebung der Haushalte, in der die Daten, etwa zu den Zeiten und Orten der Mediennutzung und den genutzten Medien, erfasst wurden, um diese mit den Daten aus der vorherigen Phase 2013 zu vergleichen. Auf diese Weise konnten Entwicklungen des Medienhandelns im Kontext der Alltagsveränderungen nachverfolgt werden.

Die Auswertung des erhobenen Materials erfolgte in drei Schritten: Nach der Identifizierung von Alltagsumbrüchen im Sample wurden die Fälle in Form von „Haushaltssporträts“, einer ganzheitlich ausgerichteten Beschreibung eines Falls, verdichtet; im letzten Schritt wurden alle Fallbeschreibungen einer vergleichenden Analyse unterzogen.

Der gewählte theoretische und methodische Zugang erwies sich als fruchtbar; Stephan Niemand kann entsprechend seinem Ausgangskonzept eindrucksvoll deutlich machen, dass und in welcher Weise tiefgreifende Veränderungen im Alltag auch mit Änderungen im häuslichen Medienhandeln der untersuchten Paare verbunden sind. Als gute Wahl erwies sich der Bezug zu so genannten *Daseinsthemen* (vergleichbar mit Havighursts Konzept der *Entwicklungsaufgaben* oder auch den *handlungsleitenden Themen* nach Charlton und Neumann-Braun); sie stellen *Basisthemen*

dar, „die in einer bestimmten Lebenssituation relevant werden und die als (geäußerte oder beobachtbare), Gedanken, Wünsche, Befürchtungen, Hoffnungen und Konflikte“ (Thomae 1988, S. 53) sichtbar werden“ (Niemand 2020, S. 239f.).

Zum Abschluss seiner insgesamt klar und systematisch aufgebauten Studie unterzieht der Autor seine methodische Anlage wie auch seine Befunde und den theoretischen Gewinn der Arbeit einer umfang- und perspektivenreichen kritischen Diskussion. So stellt er etwa fest, dass es in Zukunft aufgrund konvergierender Mediennutzungsmuster mehr denn je geboten ist, einen methodischen Zugang „jenseits einer Zuordnung ‚Medientechnologie-Medieninhalt‘ im Sinne von Radio, Fernsehen, Print und Internet“ (S. 228) zu entwickeln. Die zu Beginn der Panelstudie 2008 erfolgte Operationalisierung über Einzelmedien und ihre Technologien erwies sich, so Niemand, mit der Zeit zunehmend als schwierig, wenn nicht gar als obsolet. Es zeichnete sich vielmehr ab, „dass analoge Einzelmedien und ihre Inhalte teils in digitale Geräte konvergierten und sich damit die klare Zuordnung aufzulösen begann“ (S. 229).

Stephan Niemands Studie besticht durch ihre systematische und stets theoretisch wie methodisch gut fundierte und ausgezeichnet reflektierte Vorgehensweise; sie genießt, und dies nicht nur für qualitative, lebensweltbezogene Forschung, Vorbildcharakter. Abschließend sei ein Seitensprung in ein anderes Metier erlaubt. Auf die Frage „warum zeigst du mir das?“ an den bedeutenden amerikanischen Regisseur Mike Nicholas zu seinen Filmen antwortete der Regisseur, so Mark Harris in seiner Biographie zu Nicholas: „Weil es von deinem Leben handelt. Dem Leben, das wir alle führen“ (Jekal 2021): Stephan Niemand gelingt es mit seiner Arbeit in überzeugender Weise, eine kommunikationswissenschaftliche Lücke in der lebensweltorientierten Medienrezeptionsforschung zu füllen.

Ingrid Paus-Hasebrink

Prof. Dr. Ingrid Paus-Hasebrink i. R., Universität Salzburg, Rudolfskai 42, 5020 Salzburg, Österreich, ingrid.paus-hasebrink@sbg.ac.at

Literatur

Jekal, Jan (2021): Weil es von dir handelt. In: Süddeutsche Zeitung Nr. 67, Montag 22. März.
Kudera, Werner (2001): Anpassung, Rückzug oder Restrukturierung – zur Dynamik alltäglicher Lebensführung in Ostdeutschland. In: Burkart Lutz (Hrsg.), Entwicklungsperspektiven von Arbeit. Ergebnisse aus dem Sonderforschungsbereich 333 der

Universität München. Berlin: Akademie Verlag, S. 46–82.

Thomae, Hans (1988): Das Individuum und seine Welt. Eine Persönlichkeitstheorie. Göttingen [u. a.]: Hogrefe [zit. nach Niemand, Stephan (2020): Alltagsumbrüche und Medienhandeln. Eine qualitative Panelstudie zum Wandel der Mediennutzung in Übergangsphasen: Wiesbaden: Springer VS].

Claudia Paganini

Werte für die Medien(ethik)

Baden-Baden: Nomos, 2020. – 178 S.

ISBN 978-3-8487-6310-8

(Reihe: Kommunikations- und Medienethik; 12)

ISBN 978-3-7489-0415-1 (E-Book), ISBN 978-3-8487-6310-8 (Print)

Claudia Paganini legt ein notwendiges und gut durchdachtes Buch zu einem immer wieder pressierenden Thema vor: Was sind Werte in den Medien, für die Medien – und was heißt das für die Wissenschaftsdisziplin, die sich damit auseinandersetzt, die Medienethik? Um es gleich vorweg zu sagen: Dies ist vordergründig kein Buch für praktizierende Medienleute oder Eltern, die sich in 15 Minuten die wesentlichen *dos and don'ts* anlesen wollen, um sich anschließend im Beruf oder in ihrem Erziehungshandeln werteorientierter oder „ethischer“ verhalten zu können. Der kurz angerissene Gedanke ist Paganinis Ansatz nicht, vielmehr ist dieses Buch eine philosophische und nicht zuletzt metaethische Grundlegung, was es heißt, über Werte für die Medien und für die Medienethik als Disziplin nachzudenken. Die Zielgruppe der Publikation dürfte also eher in der Riege der Ethiker:innen zu finden sein; nicht in der akademischen Philosophie geschulte Leser:innen erhalten aber dennoch einen sehr profunden und wertvollen Einblick in die Frage, was es heißt, „Werte für die Medien(ethik)“ zu reflektieren. Und das gelingt der Autorin bei aller Kompaktheit der Darstellung sehr systematisch.

Das Buch ist griffig in vier Kapitel gegliedert: 1. Was Medienethik ist, 2. was sie soll, 3. was sie kann, und am Ende 4. ein „Ausblick“. Das kommt auf den ersten Blick spröde daher, doch verbirgt sich dahinter jeweils eine fein untergliederte Argumentationsstruktur. Was Medienethik ist, erklärt Paganini mit einer Einordnung dieser Bereichsethik in den größeren Zusammenhang der Ethik bzw. der Philosophie. In dieser Tradition liefert die Autorin denn auch – in klarer, unprätentiöser Sprache – prä-

zise Begriffsklärungen und stets geeignete Definitionen, nicht zuletzt natürlich auch ihres Kerngegenstands: „Medienethik reflektiert den moralischen Wert von medialem Handeln, sie stellt die Praxis kritisch in Frage und entwirft normative Konzepte für eine sinnvolle Gestaltung medial vermittelter menschlicher Interaktion“ (S. 20).

Es sind gerade diese auf den Punkt gebrachten Formulierungen und die damit einhergehenden Kontextualisierungen, die dieses Buch auszeichnen. In jedem der drei Hauptkapitel beschränkt sich Paganini dabei nicht auf einen isolierten Blick nur auf das Kernthema, sondern liefert nebenbei auch eine konzise Einführung in die philosophische Systematik – die im Sinne einer Transdisziplinarität sicher auch für Kommunikations- und Medienwissenschaftler:innen nützlich ist. Umgekehrt zitiert die Autorin auch Quellen aus dieser Nachbardisziplin, so dass ihr Buch recht breit anschlussfähig angelegt ist.

Nach den eher definitorisch-systematischen Einführungen in die komplexe Frage, was Medienethik ist, liefert der Band die wahrscheinlich für mediale Professionalist:innen am gewinnbringendsten zu lesenden Überlegungen, was Medienethik soll (Kapitel 2). Paganini bleibt hier sehr angenehm in der empirischen Lebensrealität verhaftet, geht also von der Grundhaltung aus, keine idealen, sondern reale Menschen und ihre Alltagskonflikte zu betrachten und für diese „kein exaktes Wissen“ im Sinne eindeutiger Anleitungen zu liefern, sondern „Orientierungswissen“ (S. 71). Und das heißt mit Blick auf die vielen alltäglichen Konfliktpotenziale, die die Autorin skizziert, dass die Medienethik (wie überhaupt die Ethik) „nicht affirmativ, sondern kritisch“ zu sein (S. 78) und hierfür Regeln und Richtlinien zu erarbeiten habe, aber nicht im Sinne einer umfassenden Präskription, sondern um Orientierung anbieten zu können.

Paganini verfolgt in ihrem Buch – gewissermaßen als roten Faden – also ganz folgerichtig einen Ethikansatz, der „Menschen mit ihren Problemen ernst nimmt und beim moralischen Wissen dieser Menschen ansetzt“ (S. 79). Und sei es auch beim Nichtwissen oder der allgemein verbreiteten Gedankenlosigkeit vieler Menschen ihrem Handeln oder Unterlassen gegenüber (man hat davon gehört). Diese rekonstruktive Methode legt die Autorin gut dar – und jeder: empirisch arbeitende Sozialwissenschaftler:in wird hier Bezüge zu eigenen Denkansätzen und Verfahren finden können. Dieses Anschlusspotenzial aufzuzeigen, ist sicherlich eine der großen Stärken des Buches.

Dass Paganini in Kapitel 3 („Was Medienethik kann“) im Kern vor allem Selbstverpflichtungskodizes aus dem Feld der öffentlichen und medialen Kommunikation analysiert, einordnet und daraus Werte für die Medienethik ableitet (eine Zusammenfassung früherer Arbeiten der Autorin), ist zwar absolut von Interesse, aber auch ein wenig eng – oder nennen wir es gerne „exemplarisch“. Hieran darf weitergearbeitet werden, und die Autorin beschreibt diese Möglichkeiten für Theorie und Praxis in ihrem Abschluss- und Ausblickskapitel wenn auch knapp, so doch eingängig und zielführend.

Insgesamt handelt es sich bei diesem Buch also um eine sehr lohnenswerte und den Denken in vielfacher Hinsicht befruchtende Publikation, die die Integration (medien-)ethischer Reflexionsmethoden auch in der Medien- und Kommunikationswissenschaft voranbringen kann.

Oliver Zöllner

Prof. Dr. Oliver Zöllner, Hochschule der Medien Stuttgart, Institut für Digitale Ethik, Nobelstr. 10, 70569 Stuttgart, Deutschland, zoellner@hdm-stuttgart.de

Christian Richter

Fernsehen – Netflix – YouTube

Zur Fernsehhaftigkeit von On-Demand-Angeboten

Bielefeld: transcript, 2020. – 370 S.

ISBN: 978-3-8376-5481-3

Ausgangspunkt der Buchfassung „Fernsehen – Netflix – YouTube: Zur Fernsehhaftigkeit von On-Demand-Angeboten“ (2020) der Dissertationsschrift von Christian Richter ist die Frage: „Wie viel *altes* Fernsehen steckt in den *neuen* Angeboten?“ (9). Mithilfe „einschlägiger“ Fernsehtheorien sollen „Anordnungen wie Netflix und YouTube [...] untersucht werden, um zu identifizieren, welche vormals dem Fernsehen zugeschriebenen Eigenschaften von ihnen übernommen werden und inwiefern sich dabei Verschiebungen ergeben“ (25f.).

Neben seiner Kategorie der Fernsehhaftigkeit nutzt Richter den von Jan Distelmeyer vorgeschlagenen Begriff der *Televisionizität*, der die Beziehung zwischen dem traditionellen Fernsehen und seiner digitalen Fortsetzung erfassen soll. (24) Der Begriff beschreibt „eine Fernsehhaftigkeit, die sich in den digitalen Umgebungen von On-Demand-Angeboten präsentiert. Sie umfasst die Modifikationen und Erweiterungen, die aus einem veränderten tech-

nischen Vollzug gewährt werden, aber auch die dabei beständig betriebene inszenierte Nähe zum Fernsehen. (...) Er soll zum Ausdruck bringen, dass mediale Umgebungen wie Netflix und YouTube zwar als Fernsehen inszeniert werden, zugleich aber kein Fernsehen sind und auch keines sein wollen. Auf diese Weise stehen sie sowohl für die Zukunft als auch für das Ende des Fernsehens. (...) Es handelt sich um ein Fernsehen, das sich entkoppelt hat von einem TV-Signal, von festen Sendezeiten und Ausstrahlungsrhythmen, von Programmabläufen und Programmzeitschriften, von Sendern und Sendeanstalten, von Redaktionsstrukturen und Einschaltquoten, von Staatsverträgen und Rundfunkbeiträgen.“ (24) Dieser Beschreibung der Entkoppelung widersprechen jedoch die Ergebnisse seiner Studie etwa hinsichtlich der Zeitbindung von Netflix-Angeboten. Gemeinsamkeiten zwischen YouTube und dem Fernsehen bestünden u. a. in der Verbreitung von audiovisuellem Material, in Bezeichnungen wie Tube oder Broadcast und in der gewählten Bildstruktur. (30) Thematisiert werden aber auch YouTube-spezifische Ordnungs- und Zirkulationsmodelle. (110)

Die Gliederungspunkte des Buches ergeben sich aus einigen grundlegenden Kategorien der bisherigen Forschung zur Medialität des Fernsehens: „Vom Programm zur Programmierung“ mit dem Fokus auf der Zeitbindung des Fernsehens, „Serialität“, „Flow“, „Liveness“, „Adressierungen“ und „Abspann“ als Fazit. Mit der Auswahl seiner Untersuchungsschwerpunkte bezieht sich Richter nicht auf Buchpublikationen (etwa Bleicher 1999), sondern vor allem auf William Uricchios Beitrag „The Future of a Medium Once Known as Television“ im „YouTube Reader“ (Snicks, Vonderau 2009). Auf Basis einer vergleichenden Überblicks zum Verhältnis von Fernsehen und YouTube schlägt Uricchio „eine produktive Minimalbeschreibung von Fernsehhaftigkeit vor [...]. Somit lässt sich Fernsehhaftigkeit mit drei Schlagworten beschreiben: Liveness, Flow und Adressierung.“ (39) In die Analogiebildung der Argumentation werden an einigen Stellen auch Beispiele aus Theater und Kino einbezogen. Viele Abbildungen tragen zur Veranschaulichung der Ausführungen bei.

In der Einleitung „Vorspann“ verdeutlicht Richter, auf welche Weise der allgemeine Kontext der Digitalisierung zu Wechselwirkungen mit unterschiedlichen technischen, ökonomischen und medialen Online-Trends führt. (15ff.) Nicht berücksichtigt werden in Richters Kategorisierung der Akteurskonstellationen von On-Demand-Anbietern (28) indes wichti-

ge Forschungsbeiträge (u. a. Leuschen 2017). Ähnliches gilt für die weiteren Kapitel, in denen bspw. bei den Ausführungen zum Format einschlägige Publikationen von Hallenberger fehlen, Bezüge zu Studien aus dem Bereich Creative-Industry-Forschung, zu wechselnden Geschäftsmodellen von YouTube, Ausführungen zu fiktionalen Angebotsformen oder zu kulturellen Zirkulationsprozessen usw. Zudem erscheint aus der Perspektive der Social-Media-Forschung die Gleichsetzung von YouTube und Facebook zumindest problematisch.

Fallbeispiele leiten die Abschnitte des Buches ein und bilden Anknüpfungspunkte für verschiedene Aspekte, die Programmbeobachtung und theoretische Reflexion kombinieren. So finden sich im Abschnitt zum Programm (Kapitel 2) nicht nur Ausführungen zu unterschiedlichen Ordnungsmodellen und Funktionsweisen von Algorithmen (63ff.), sondern auch zu ästhetischen Differenzen etwa im Bereich der Oberflächengestaltung. (57f.) Der Abschnitt zu „Flow“ (Kapitel 3) erfasst auch aktuelle Erscheinungsformen etwa im Bereich der Ausstrahlungsreihenfolge auf Videoplattformen, wie etwa die Autoplayfunktionen (u. a. 110ff.).

Richters zentrales Interesse gilt dem Zusammenspiel aus Technik, Ökonomie, Design und Funktion, denn: „Neue Funktionalitäten, Formate oder Ausspielwege werden eingeführt und Anpassungen der grafischen Oberflächen sowie der prozessierenden Algorithmen vorgenommen. Mit ihnen wird in der Regel auf Änderungen rechtlicher Rahmenbedingungen, auf neu entwickelte Monetarisierungsstrategien oder auf ein verändertes Nutzungsverhalten reagiert. Nicht selten verbinden sich mit ihnen auch Verschiebungen der inhaltlichen Zusammensetzung der Angebote.“ (10).

So verdeutlicht Richter am Beispiel von Netflix das Zusammenspiel aus komplexen Datenerhebungen und algorithmischer Analyse des Zuschauer*innenverhaltens. (126) Das Netflix-Marketing zielt im Unterschied zum Fernsehen auf eine zeitliche und räumliche Flexibilisierung der Nutzung, was sich in dem Slogan „Whatever show you want, whenever you want, on whatever screen you want“ (19) manifestiert. Richter konstatiert: „In diesem Verständnis wird Fernsehen als ein repressives Medium wahrgenommen, das eher seine Nutzenden kontrolliert, und weniger als ein Medium, das durch seine Nutzenden kontrolliert wird.“ (20) Die konstruierte Dichotomie alt vs. neu diene der Aufwertung des eigenen Angebotsprofils.

Für Richter hat die Kategorie „Serialität“ eine Schlüsselrolle, da sie auf besondere Weise der Zuschauer*innenbindung diene. Unter Bezug auf Benjamin Beil, Lorenz Engell, Jens Schröter, Herbert Schwaab und Daniela Wentz hält er fest: „Serialität ist der vorherrschende strukturelle und temporale Modus des Fernsehens“ und dass „kein anderes Medium so stark von der Form der Serie geprägt“ ist wie das Fernsehen. (40) Dennoch beschreibt Richter auch Vorläufer der Serialität, etwa in der Literatur oder den Printmedien, und überträgt Serialität auf Erscheinungsformen der ludischen Unterhaltung wie Let's Play Videos. (153) Zudem erfasst Richter die Besonderheiten von Konzeption und Wirkung des Binge Watching.

In Abweichung von bisherigen Publikationen zur Webseriengeschichte (etwa von Markus Kuhn) konstatiert Richter: „Bei *House of Cards* handelt es sich um die erste Serie, die nicht von einem konventionellen Fernsehsender in Auftrag gegeben wurde, sondern vom amerikanischen Unternehmen Netflix und damit von einem Online-Dienst, der Filme und serielle Formate zum Abruf anbietet.“ (18) Zur Kategorie „Serialität des traditionellen Fernsehens“ zählt Richter auch unterschiedliche Formen der Reihenbildung (149), etwa in den Be-reichen TV Movie oder Horrorfilm.

Bei den Ausführungen zur für die Medialität des Fernsehens zentralen Kategorie „Liveness“ liegt der Fokus auf einem Aufsatz von Umberto Eco. Hier wäre ein Vergleich traditioneller Live-Übertragungen mit dem aktuellen Angebotsspektrum an Livestreams sinnvoll gewesen. Auch Erscheinungsformen der Zeitgleichheit im Radio finden zu wenig Berücksichtigung.

Richter nutzt den Faktor „Liveness“ auch als Ausgangspunkt, um sich mit veränderten Zeitkonzepten wie dem Slow TV und der Szenenstruktur des seriellen Erzählens etwa in „Breaking Bad“ oder „Mad Men“ zu befassen. (228) Hier hätten mehr Bezüge zur Quality-TV-Forschung und zu vielen Reality-TV-Formaten den Erklärungswert der Analysen gesteigert. Beim Thema Langzeitdokumentationen fehlen Bezüge zu den 24-Stunden-Dokumentationen von Arte und dem NDR.

Tom Gunnings Studie zum „Cinema of Attraction“ bildet den Ausgangspunkt für Richters Analysen des Verhältnisses von Zeigen und Erzählen in YouTube Videos. Ein weiterer Fokus liegt auf Adressierungsformen des frühen Films, des Fernsehens und der YouTube-Videos. Anhand von YouTube-Zitaten werden so bspw. Analogien zur Fernsehansage deutlich. Entwicklungen einzelner Bereiche wie Live-

Übertragungen oder der Programmstrukturen werden anhand ausgewählter exemplarischer Beispiele dargestellt. (34f.) Die Analysen der Fallbeispiele, wie etwa der Skandal um Janet Jackson im Super-Bowl-Finale, erinnern häufig an anekdotische Erzählungen. Es finden sich aber auch eher philosophische Diagnosen wie: „Weil alles im Fernsehen gegenwärtig erscheint und alles ständig zerfällt, erscheint alles als ein Ganzes.“ (88)

Die vorgestellte Studie konzentriert sich auf detailgenaue Deskriptionen und somit auf einzelne Beobachtungen des abgegrenzten Zeitraums 2014 bis 2019, also der – nach Johanna Leuschen – Etablierungsphase des Internetfernsehens (Leuschen 2017). „Allein in diesem Zeitraum wurden von YouTube das kostenpflichtige Unterangebot „YouTube Red“ (später „YouTube Premium“) sowie eigene Applikationen mit veränderten Oberflächen für Kinder („YouTube Kids“), Musikvideos („YouTube Music“) und Computerspiele („YouTube Gaming“) verfügbar gemacht. Netflix stellte im gleichen Zeitraum die Offline-Verfügbarkeit seiner Serien mithilfe einer Download-Funktion vor sowie eine zusätzliche Schaltfläche im Menü, die das Überspringen eines Vorspanns ermöglicht.“ (10) Eine langfristigere Untersuchungsperspektive hätte verdeutlicht, welche Analogien u. a. zwischen den Strategien des kommerziellen Fernsehens und der Videostream-Plattformen bestehen. Richter konstatiert: „Beim Netflix-Flow handelt es sich auch um einen Köcher im Verdrängungswettbewerb, mit dem die kostbare Aufmerksamkeit des Publikums vor allem deswegen eingefangen werden soll, damit diese nicht mehr den Mittbewerbern zur Verfügung steht.“ (119) Diese Strategie, so bleibt zu ergänzen, dominierte bereits die Programmplanung kommerzieller Sendeanstalten im dualen Fernsehsystem (vgl. Hickethier 1998).

Richter greift auf vielfältige Aufsätze zurück und schafft auf diese Weise einen Überblick zu unterschiedlichen Teilespekten der Thematik. Das Fazit wendet sich gegen Diskurse, die von einer Verdrängung des Fernsehens ausgehen. Richter betont, das Auftreten von Angeboten wie Netflix und YouTube stelle „keine Bedrohung für FERNSEHEN als Format dar. Vielmehr gilt für FERNSEHEN: Es ist eine neue Version verfügbar“ (337, Hervh. i. O.) Trotz der genannten Kritikpunkte kann Christian Richters Studie als Ausgangspunkt weiterer Forschungsarbeiten zu Entwicklungen der vielfältigen Erscheinungsformen des Internetfernsehens fungieren.

Joan Kristin Bleicher

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

Literatur

Bleicher, Joan Kristin (1999): *Fernsehen als Mythos. Poetik eines narrativen Erkenntnissystems*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Gunning, Tom (1986): The Cinema of Attractions: Early Film, Its Spectator and the Avantgarde. In: *Wide Angle* 8, 3–4, S. 63–70.

Hallenberger, Gerd; Schanze, Helmut (Hrsg.) (2000): *Live is Life: Mediale Inszenierungen des Authentischen*. Baden-Baden: Nomos.

Hallenberger, Gerd (2004): Fernsehformate und internationaler Formathandel. In: Hans-Bredow-Institut (Hrsg.): *Internationales Handbuch Medien 2004/2005*. Baden-Baden: Nomos, S. 159–167.

Hallenberger, Gerd (2012): Das Format. In: *tv diskurs. Verantwortung in audiovisuellen Medien*, 16(1) (Heft 59), S. 70–71.

Hediger, Vinzenz (2001): *Verführung zum Film. Der amerikanische Kinotrailer seit 1912*. Marburg: Schüren.

Hickethier, Knut; Hoff, Peter (Mitarbeit) (1998): *Geschichte des Deutschen Fernsehens*. Stuttgart: Metzler Verlag.

Kuhn, Markus (2012ff.): Webserien-Blog: Webserien, Online-Serien, Webisodes, Websoaps und Mobisodes in Deutschland, <http://webserie.blogspot.de> [20.04.2021].

Leuschen, Johanna (2017): *Internetfernsehen. Eine angebots- und akteurszentrierte Analyse und Kategorisierung von Bewegtbildinhalten in ihrer Einführungssphase (2005–2011) und ihre Auswirkungen auf die traditionelle Fernsehlandschaft in Deutschland*. Münster, Hamburg: Lit.

Snikkars, Pelle; Vonderau, Patrick (Hrsg.) (2009): *The YouTube Reader*. London: Wallflower Press.

Stanitzek, Georg; Binczek, Natalie; Kreimeier, Klaus (Hrsg.) (2004): *Paratexte in Literatur, Film, Fernsehen*. Berlin: Akademie Verlag.

Uricchio, William (2009): The Future of a Medium Once Known as Television? In: Pelle Snikkars, Patrick Vonderau (Hrsg.), *The YouTube Reader*. London: Wallflower Press, S. 24–39.

Christine Trültzsch-Wijnen

Medienhandeln zwischen Kompetenz, Performanz und Literacy

Wiesbaden: Springer VS, 2020. – 586 S.

ISBN 978-3-658-29533-2

Der in den letzten Jahren gewachsenen gesellschaftlichen und bildungspolitischen Aufmerksamkeit gegenüber Medienkompetenzförde-

itung von Kindern und Jugendlichen mangelt es aus (kommunikations-)wissenschaftlicher Perspektive u. a. an einer geringen Anzahl an Forschungsarbeiten zum Zusammenhang von Medienhandeln und Medienkompetenz. Christine Trültzsch-Wijnen hat es sich in ihrem Buch zur Aufgabe gemacht, diesem Mangel ein Stück weit abzuholen, und zwar in mehrfacher Weise: In theoretischer Hinsicht versucht sie perspektivierenreich zu begründen, wie soziale Unterschiede und Unterschiede im Medienhandeln zusammenhängen und dass die Untersuchung selbstbestimmten Handelns im Umgang mit Medien immer auch eine Frage von Faktoren individueller und sozialer Determinierung ist. In empirischer Hinsicht geht es ihr darum, diese Zusammenhänge anhand von zwei eigenen Studien zur jugendlichen Mediennutzung zu verdeutlichen. Und in begrifflich-definitorischer Hinsicht hat sie es sich zur Aufgabe gemacht, die vor allem deutschsprachige Debatte über Medienkompetenz mit der internationalen Perspektive auf *media literacy* in Passung zu bringen.

Nach der Einleitung (Kapitel 1) sind die nächsten fünf Kapitel des Buches der theoretischen Kontextualisierung des Gegenstands gewidmet: Der Aufbau von Medienkompetenz bzw. media literacy, so die Grundannahme von Trültzsch-Wijnen, sei eng mit dem Medienhandeln verbunden. Um die Prozesse der Medieneignung angemessen einzuordnen, legt die Autorin eine sozialisationstheoretische Perspektive an, die sie relativ breit auf der Basis soziologischer, psychologischer und kommunikationswissenschaftlicher Grundlagenkonzepte entfaltet und mit Ansätzen zu Medienrepertoires, Kommunikationsmodi und Mediengenerationen verbindet (Kapitel 2).

Um auch gesellschaftsstrukturelle Argumente für die Betrachtung von Medienhandeln fruchtbart zu machen, referiert die Autorin im anschließenden Kapitel 3 die theoretischen Überlegungen von Pierre Bourdieu. Im Mittelpunkt steht die Darstellung des Habituskonzepts und seine Weiterentwicklung zum Konzept des medialen Habitus.

Grundlegender Art sind auch die kompetenztheoretischen Erläuterungen in Kapitel 4, in denen die Autorin an Debatten zur Unterscheidung von Kompetenz und Performanz aus den 1970er Jahren anknüpft. Dieses Kapitel mutet zunächst eher weitschweifig an, ist aber für die Argumentation von Trültzsch-Wijnen durchaus wichtig, denn – so die Autorin – sollte man das Medienhandeln von Individuen verstehen, müsste dieses auch vor dem Hintergrund

einer theoretischen Trennung von Kompetenz und Performanz analysiert werden.

Kapitel 5 bietet die genaue Darstellung und Bewertung der Debatten über Medienkompetenz und media literacy. Im Ergebnis entscheidet sich Trültzsch-Wijnen dafür, in der weiteren Argumentation vor allem den Begriff Medienkompetenz zu verwenden. Anders als media literacy impliziere dieser sowohl die Annahme einer grundlegenden menschlichen Kompetenz zu kommunikativem Handeln als auch eine logische Unterscheidung zwischen Kompetenz und Performanz. Zudem wolle sie aufzeigen, wie das Konzept der Medienkompetenz Auseinandersetzungen mit media literacy bereichern könne. Kapitel 6 resümiert die theoretischen Überlegungen.

In den Kapiteln 8 und 9 widmet sich die Autorin schließlich ihren eigenen empirischen Ergebnissen zum Medienumgang Heranwachsender, die die zuvor dargestellten theoretischen Annahmen untermauern sollen. In der bisherigen Forschung zum Gegenstand werde zwar tendenziell deutlich, dass soziale Unterschiede zu unterschiedlichen Medienumgangsweisen führten und daraus wiederum unterschiedliche Formen kompetenten Medienhandelns resultierten. Allerdings sei empirisch kaum geklärt, wie soziale Unterschiede und Unterschiede im Mediengebrauch und Medienhandeln zusammenhängen. Zu diesem Zweck stellt sie Anlage und Ergebnisse einer Studie zur Rezeption und Aneignung von Model-Castingshows (Erhebung 2010) sowie einer Studie zur Social-Web-Nutzung Heranwachsender (Erhebung 2011–2013) vor. Diese Studien sind zwar angesichts der Dynamiken jugendlicher Medienwelten, die sich innerhalb der letzten 10 Jahre erheblich gewandelt haben, als nicht mehr aktuell anzusehen. Dennoch sind die Ergebnisse interessant, zumal sie von der Autorin in den gegenwärtigen Forschungsstand eingeordnet werden.

Das Buch von Trültzsch-Wijnen liefert einen wichtigen Beitrag zum Gegenstandsfeld. Seine Stärken hat das Werk vor allem im theoretischen Teil, der fast 300 Seiten umfasst und einen differenzierten Blick auf zentrale konzeptionelle Diskurse zum Zusammenhang von Medienhandeln, Kompetenz, Performanz und media literacy eröffnet. Diese Diskurse sind zwar teils nicht neu, bieten aber in der Gesamtbetrachtung einen fruchtbaren Blick auf ein sehr aktuelles, komplexes und interdisziplinäres Forschungsfeld. Aufgrund der teils basalen Darstellung von Grundlagenkonzepten können die theoretischen Kapitel durchaus Studierenden und Interessierten als Einführungstexte empfohlen werden. In diesem Zusammenhang ist es

auch sehr hilfreich, dass die Kapitel 2 bis 5 jeweils mit einer zusammenfassenden „Zwischenbilanz“ enden, die es erleichtert, den Überblick über die komplexen theoretischen Zusammenhänge zu behalten.

Kai-Uwe Hugger

Prof. Dr. Kai-Uwe Hugger, Universität zu Köln, Department Erziehungs- und Sozialwissenschaften, Gronewaldstr. 2, 50931 Köln, Deutschland, kai.hugger@uni-koeln.de

Michael Wild

Öffentlichkeit in unsicheren Zeiten

Zur Analyse öffentlicher Kommunikation in Revolutionen

Köln: Herbert von Halem, 2020. – 320 S.

(Reihe: Öffentlichkeit und Geschichte; 12)

ISBN 978-3-86962-508-9

Revolutionen sind immer auch Kommunikationsrevolutionen. Wer eine radikale Veränderung politischer Machtverhältnisse anstrebt, muss sich eigene Foren, eigene Kommunikationskanäle schaffen. In der Revolution von 1789 oder in den 1848er Revolutionen waren dies Flugblätter, Zeitungen, Plakate und Ähnliches, während im Arabischen Frühling oder der Euromajdan-Proteste den sozialen Medien – immer gepaart mit Versammlungen und öffentlichen Zusammenkünften – eine zentrale Bedeutung zukam. Die Untersuchung von Kommunikationsprozessen in Revolutionen ist somit nicht nur ein legitimer Untersuchungsgegenstand, sondern auch einer, der für Forschungen noch viel Material und viele Fragen bereithält.

Die an der Universität Bamberg bei Rudolf Stöber angenommene Dissertation von Michael Wild nähert sich dem Thema über den Begriff der Unsicherheit. Er geht von der Grundannahme aus, dass die Unsicherheit über den Verlauf der jeweiligen Revolution, deren Kontinuität, auch maßgeblich für die sich in der Revolution abspielenden Kommunikationsprozesse ist. Das Ziel der Arbeit besteht aber nun weniger in einer empirischen Untersuchung der komplexen Kommunikationsprozesse in einer bestimmten Revolution als in dem Versuch der „Ausarbeitung einer theoriegeleiteten systematischen Beschreibung der Öffentlichkeit in Revolutionen“. Das heißt, es geht zunächst um eine theoretische Auseinandersetzung mit den grundlegenden Begriffen wie „Revolution“, „Kommunikation“ und „Öffentlichkeit“, bevor anschließend an den Revolutionen von 1848 und von 1918/19 – konkret am Beispiel Bam-

bergs – eine Art empirische Anwendung des theoretischen Modells vorgenommen werden soll.

Bevor ich weiter auf das Buch eingehe, scheint mir eine kurze Vorbemerkung wichtig: Ich habe das Buch als Historiker gelesen und beurteile es somit aus einer geschichtswissenschaftlichen Perspektive. Das ist insofern von Bedeutung, als sich der kommunikations- und der geschichtswissenschaftliche Umgang mit mediengeschichtlichen Themen zumindest in Teilen deutlich auseinanderentwickelt hat. Während bis in die 1990er Jahre hinein der publizistik- und kommunikationswissenschaftliche Umgang mit historischen Themen noch vorrangig positivistisch geprägt war und von dieser Seite zunehmend gefordert wurde, sich der theorieaffinen Sozialgeschichte zu öffnen, hat sich spätestens seit den 2000er Jahren die Situation deutlich verändert: Der kommunikationswissenschaftliche Umgang mit Geschichte ist seither stark theoretisch, insbesondere durch die Systemtheorie geprägt. Für den geschichtswissenschaftlichen Umgang mit der Mediengeschichte spielt die Systemtheorie hingegen eine deutlich geringere Rolle. Stattdessen hat sich die Geschichtswissenschaft insgesamt – und so auch die Mediengeschichte – in eine kulturge- schichtliche Richtung bewegt. Hier sind Fragen nach Deutungsmustern, nach Diskursen und nach *agency* zentral. Die theoretische Rahmung und die Analyse des empirischen Materials, also der Quellen, klaffen somit zwischen Kommunikations- und Geschichtswissenschaft in der Regel deutlich auseinander.

Was hat nun diese Vorrede mit dem zu besprechenden Buch zu tun? Die erste Irritation als Historiker:in stellt sich bereits bei dem Blick auf das Inhaltsverzeichnis ein. Das Buch umfasst knapp 300 Seiten Text. Erst auf Seite 206 taucht der historische Untersuchungsgegenstand „Revolutionen in Bamberg“ auf. Untersucht werden nicht eine, sondern zwei Revolutionen, die von 1848/49 sowie die von 1918/19. Die ersten rund 200 Seiten sind somit theoretischen Fragen gewidmet. Im Sinne des Ziels der Arbeit ist gegen die Schwerpunktsetzung prinzipiell nichts einzuwenden. Gleichwohl lässt sich die Frage stellen, ob der theoretische Aufwand in einem angemessenen Verhältnis zum Ertrag steht. Was also liefert der theoretische Teil? Michael Wild setzt sich hier zunächst mit den zentralen Begriffen „Revolution“, „Komplexität Unsicherheit“, „Kommunikation“ und „Öffentlichkeit“ auseinander. Die Begriffe werden auf der Basis der Standardliteratur flüssig und gut nachvollziehbar erläutert. Allerdings sind die Begriffe so grundlegend, dass die

Erläuterungen – vom Revolutionsbegriff abgesehen – prinzipiell auch in jeder anderen kommunikationswissenschaftlichen Arbeit stehen könnten.

Im nächsten Schritt widmet er sich ausführlich dem Arenenmodell der Öffentlichkeit, wie es von Jürgen Gerhards und Friedhelm Neidhardt entwickelt wurde, um daraus, wie Wild betont, „konkrete Fragen für eine Untersuchung öffentlicher Kommunikation in Revolutionen zu gewinnen.“ Der Rückgriff auf dieses Modell mit der Unterscheidung zwischen „Encounter-Öffentlichkeit“, „Versammlungsöffentlichkeit“ und „massenmedialer Öffentlichkeit“ erscheint sinnvoll. Allerdings ist die theoretische Komplexität des Modells überschaubar, sodass es als zweifelhaft erscheint, ob eine so ausführliche Auseinandersetzung damit notwendig gewesen wäre.

Höchst bedauerlich ist zudem, dass sich Wild nicht die Mühe macht, die Literatur heranzuziehen, die das Modell von Gerhards und Neidhardt weiterentwickelt und für historische Untersuchungen passgenauer anwendbar gemacht hat. Sehr hilfreich wäre in diesem Zusammenhang etwa der Begriff der Teilöffentlichen gewesen, den Wild zwar erwähnt, aber offenbar für „diffus“ hält. Gerade für die Untersuchung von Kommunikationsprozessen in Revolutionen wäre dieser Begriff jedoch äußerst hilfreich gewesen und hätte das Modell von Gerhards und Neidhardt hervorragend ergänzen können. Denn in allen Revolutionen bilden die unterschiedlichen politischen Gruppierungen ihre je eigenen Teilöffentlichen auf der Ebene der Versammlungs- ebenso wie auf der Ebene der massenmedialen Öffentlichkeit heraus. Die Arbeiter- und Soldatenräte und ihre Anhänger versammelten sich in der Revolution von 1918/19 genauso wie die bürgerlichen Gruppierungen und hatten jeweils ihre eigenen Publikationsorgane. Diese vertikale Versäulung der Öffentlichkeit, die ebenso wichtig war wie ihre horizontale Gliederung, spielt bei Wild aber schon auf der theoretischen Ebene keine Rolle und wird daher auch für die empirische Untersuchung nicht fruchtbar gemacht.

Was leistet nun die Untersuchung der Fallbeispiele? Michael Wild beschreibt hier zunächst mit großer Akribie seine Vorgehensweise. Diese ist strikt quantitativ auf die Auswertung je einer Bamberger Zeitung für einen Zeitraum von sechs bzw. sieben Monaten – die, wie Wild darlegt, jeweils die Zeitung mit der größten Reichweite war – ausgerichtet. Hinzugenommen werden für beide Revolutionen jeweils für vier Wochen zwei weitere Zeitungen. Auf diese Weise wird versucht, methodisch sau-

ber einen möglichst großen Teil der Bamberger massenmedialen Öffentlichkeit zumindest für einen gewissen Zeitausschnitt zu erfassen. Unbeachtet bleibt allerdings, dass aller Wahrscheinlichkeit nach auch in Bamberg überregionale Zeitungen – 1848 etwa mit großer Sicherheit die Augsburger *Allgemeine Zeitung*, 1918 vermutlich etwa die *Frankfurter Zeitung* oder Berliner Zeitungen – gelesen wurden. In welchem Maße dies geschah, ist nicht einfach festzustellen, aber zumindest müsste dieser Punkt erwähnt werden, wenn die Kommunikationsprozesse während der Revolutionen erfasst werden sollen.

Die Ergebnisse der Auswertungen zeigen nun zwar, dass das Arenenmodell durchaus fruchtbar hätte sein können: Die Hinweise auf Veranstaltungen und andere Formen der Versammlungsöffentlichkeit, die sich in den Zeitungen finden, wären gut geeignet gewesen, die Verzahnung von massenmedialer und Versammlungsöffentlichkeit ebenso zu untersuchen wie die Verzahnung von Versammlungs- und Encounter-Öffentlichkeit. Bei der Analyse der Quellen nutzt Wild das Potenzial des Modells nicht wirklich, um die Prozesse der Kommunikation zu erfassen, die sich in den Revolutionen entwickelten. Zwar betont Wild zu Recht die Bedeutung der Gerüchte, bleibt aber sowohl die inhaltliche Auseinandersetzung mit ihnen als auch die Analyse der kommunikativen Dynamik, die durch sie entstand, weitestgehend schuldig. So finden sich hinsichtlich des Aspekts der Verzahnung der encounter-Öffentlichkeit mit der Versammlungs- und der (massen-)medialen Öffentlichkeit nur einige wenige Hinweise. Die Frage nach dem Zusammenhang zwischen Versammlungs- und medialer Öffentlichkeit wird zwar grundsätzlich in den Blick genommen, doch bleibt die Analyse auf der rein quantitativen Ebene. Wild erfasst die Zahl der in den Zeitungen erwähnten Veranstaltungen und verweist in diesem Zusammenhang zurecht auf die Rolle der Flugblätter und Plakate. Dass diese Medien in der 48er Revolution eine größere Rolle für Einladungen zu Versammlungen spielten als 1918/19, vermutet Wild und es mag so gewesen sein. Doch wirkliche Belege gibt es ebenso wenig wie für die Vermutung, „dass die Vernetzung der Foren der Versammlungsebene mit dem Forum der massenmedialen Ebene durch das BT (Bamberger Tageblatt, J. R.) 1918/19 um einiges stärker einzuschätzen ist als noch 1848.“ Auch dies mag so gewesen sein, aber Wild bleibt bei allen Punkten, die über die rein quantitative Analyse hinausgehen, auf Vermutungen ohne weitere Quellenbelege angewie-

sen. Um die Prozesse der öffentlichen Kommunikation in einer Revolution tatsächlich erfassen zu können, wäre hier gerade mit Blick auf das Arenenmodell ein wichtiger Ansatzpunkt gewesen.

Ein zentraler Aspekt der empirischen Analyse der Zeitungen besteht in der thematischen Auswertung der Zeitungen. Auf dieser Basis erstellt Wild Ranglisten zum quantitativen Vorkommen sowie zum Umfang der jeweiligen Themen. So zeigt Wild etwa, dass das Thema „Volkswehr Bamberg“ dasjenige war, das in der Revolution von 1848 im Bamberger Tageblatt bei weitem am häufigsten vorkam, mehr als doppelt so häufig wie die Themen „Nationalversammlung Paulskirche“ oder „Februarrevolution in Frankreich“, die auf den Plätzen zwei und drei folgten. Diese quantitativen Auswertungen sind ohne Zweifel enorm zeitaufwendig und liefern durchaus eine gute Grundlage für weitergehende Fragen, etwa danach, welche Bedeutung die lokale Ebene gegenüber der nationalen und der internationalen Ebene in den Zeitungen einnahm. Doch zu derartigen Fragen liefert die Arbeit allenfalls Andeutungen. Michael Wild scheint sich dieser Problematik durchaus bewusst zu sein, da er wiederholt auf die Begrenzung und eine weiter notwendige inhaltliche Analyse verweist. Verschiedene Leerstellen zu konkreten Hintergründen, aber auch zur kommunikativen Dynamik in Revolutionen hätten sich gleichwohl leicht füllen lassen. Dazu wäre allerdings eine Auseinandersetzung mit der geschichtswissenschaftlichen Literatur notwendig gewesen – das Literaturverzeichnis weist hier erstaunliche Lücken auf. Einschlägige Arbeiten zur 48er Revolution insgesamt und konkret zu kommunikativen Prozessen in der Revolution von Wolfram Siemann, Rüdiger Hachtmann, Christian Jansen, Dieter Langewiesche, Carola Lipp, Jonathan Sperber und anderen sucht man im Literaturverzeichnis vergeblich.

Aus einer geschichtswissenschaftlichen Perspektive stellt sich somit nicht nur die Frage nach dem Verhältnis von Aufwand und Ertrag, sondern auch nach dem Erkenntniswert, den kommunikationswissenschaftliche Zugänge zu historischen Themen für Historiker:innen haben und damit nach dem grundlegenden Verhältnis von Geschichts- und Kommunikationswissenschaft. Die von Kommunikationswissenschaftler:innen wie Micheal Meyen wiederholt an die Historiker:innen ergangene Forderung, kommunikationswissenschaftliche Ansätze, etwa der Journalismusforschung, zu berücksichtigen, ist ohne Zweifel berechtigt. Aus geschichtswissenschaftlicher Perspektive ist es

aber auch unerlässlich, dass historische Entwicklungen, die entsprechenden Quellen und nicht zuletzt die handelnden Personen nicht nur als Materialsammlung für ein vorgefertigtes theoretisches Konzept dienen. Die Frage, in welchem Maße Massenmedien und Öffentlichkeit mit Hilfe einer systemtheoretischen Be grifflichkeit erfasst werden können, ist auch aus historischer Perspektive durchaus diskutabel. Doch wenn handelnde Personen, der konkrete historische Kontext und die damit verbundenen

Perspektiven und Deutungsmuster der Akteure gar nicht oder nur noch am Rande vorkommen, erscheint eine adäquate Annäherung an historische Prozesse kaum möglich.

Jörg Requate

Prof. Jörg Requate, Universität Kassel, Fachbereich 05 Gesellschaftswissenschaften, Nora-Platiel-Str. 1, 34109 Kassel, Deutschland, joerg.requate@uni-kassel.de