

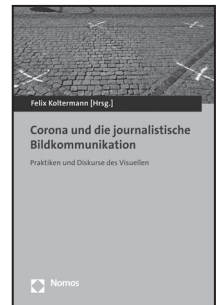
Ennenbach und Lorenz bieten eine solide Untersuchung des Zusammenhangs zwischen (Online-)Agenda-Setting-Prozessen und den Reaktionen der User:innen darauf. Sie tragen damit zu einer Wissenserweiterung im Bereich der politischen Kommunikation in Sozialen Medien bei. Kleinere Mängel sind jedoch feststellbar: Funktionsbezeichnungen (bspw. „Professor“) werden bei Autor:innen häufig genannt (z. B. S. 27) und den aus der Soziologie stammenden Begriff „soziale Netzwerke“ ordnen sie nicht korrekt ein (S. 35). Insgesamt handelt es sich aber um eine gute und vor allem transparente Untersuchung, die zum tieferen Verständnis der Facebook-Kommunikation und des digitalen Agenda Buildings deutscher Parteien beiträgt.

André Haller, Kufstein

Felix Koltermann (Hg.): Corona und die journalistische Bildkommunikation. Praktiken und Diskurse des Visuellen. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft 2021, 145 Seiten, 29,00 Euro.

Wie bildet man etwas ab, das man nicht sieht? Die Frage ist nicht neu, stellt sich seit Beginn der Corona-Pandemie jedoch mit neuer Vehemenz. Das Virus ist für das Auge unsichtbar. Es erzeugt eine Leerstelle, die auf andere, neue Art gefüllt werden muss. Doch nicht nur als Sujet stellt das Corona-Virus den Bildjournalismus vor neue Herausforderungen. Vielmehr sorgen auch die pandemiebedingten Einschränkungen dafür, dass neue Arbeitsroutinen gefunden, Abläufe und Einkommensquellen neu definiert und organisiert werden müssen. Eben diese Vielfalt an Umbrüchen und Veränderungen abzubilden und zu reflektieren, ist das Ziel des vorliegenden Sammelbandes.

Er bündelt hierzu interdisziplinäre Fach- und Praxisperspektiven, wobei als verbindendes Element – über alle Beiträge hinweg – die zentrale Bedeutung visueller Kommunikation (nicht nur) in Krisenzeiten herausgearbeitet wird. Die Autor:innen diskutieren die durch die Krise veränderten Arbeitsbedingungen differenziert und mit unterschiedlichen Schwerpunkten: Felix Koltermann beobachtet in seiner Studie, dass die pandemiebedingten Einschränkungen in den Bildredaktionen einen deutlichen Digitalisierungsschub und eine Öffnung hin zu flexibler Arbeit im Home-Office anstießen. Zugleich verschärfte die Pandemie jedoch auch die finanziell ange-



Die emotionale Ansprache scheint in der journalistischen Bildkommunikation über die Corona-Pandemie nur schwer einzufangen zu sein.

spannte Lage im bildjournalistischen Bereich, wie Lars Bauernschmitt aufzeigt. Der Bildermarkt steht ökonomisch unter Druck: Während die Anzahl an verfügbaren Bildern stetig zunimmt, sinken die Honorare für die Fotograf:innen. Der Berliner Fotograf Christian Mang bestätigt im Gespräch mit Koltermann entsprechende Tendenzen. Seine persönlichen Erfahrungen und Erlebnisse z. B. im Rahmen der Bildberichterstattung über die Hygienedemonstrationen veranschaulichen die wissenschaftlichen Analysen des Bandes und füllen sie mit Leben. Besonders interessant erscheint seine Beobachtung, dass in der deutschen Bildberichterstattung emotionale, aufrüttelnde Bilder zur Krise zumeist fehlten. Statt nah dran an Erkrankten, Ärzt:innen und Sanitäter:innen, anstatt Bildern von Angehörigen und Beerdigungen dominierten (und dominieren) in Deutschland Symbolbilder von Masken, Spritzen und Corona-Tests – und von Grafiken, Diagrammen und Statistiken. Michael Hauris Interview mit dem Datenjournalisten Julius Tröger von der „Zeit Online“-Redaktion würdigt die zunehmende Bedeutung von Daten in der journalistischen Bildkommunikation. Dabei wird deutlich: Daten müssen nicht langweilig und dröge sein. Im Gegenteil – guter Datenjournalismus kann spannende Geschichten erzählen. Er kann emotional sein und berühren.

Eben diese emotionale Ansprache scheint ein zentrales Moment zu sein, das in der journalistischen Bildkommunikation über die Corona-Pandemie nur schwer einzufangen ist. Dies wird auch in den beiden Beiträgen von Karen Fromm und Anna Stemmler deutlich. Die beiden Autorinnen analysieren und reflektieren mit ganz unterschiedlichen Schwerpunkten die Bildberichterstattung über die Krise. Dabei wird die stete Suche der Fotograf:innen nach dem richtigen Mittelweg zwischen Nähe und Distanz, zwischen Leid, Tod und Alltag spürbar – die Herausforderung, dem Zeitgeschehen gerecht zu werden, nachvollziehbar. Aus medienethischer Sicht sind es insbesondere diese beiden Beiträge, die zahlreiche spannende Impulse für Anschlussfragen und -reflexionen bieten. Zugleich wird insbesondere bei ihnen jedoch auch ein kleines Manko des Bändchens deutlich: Die sehr kleinen und leider in der Qualität ausbaufähigen Abbildungen. Gerade bei einem Buch, in dem es um Praktiken und Diskurse des Visuellen geht, wäre es wünschenswert, dass den Bildern, über die gesprochen wird, genug Raum gegeben wird, um zu wirken.

Auch wenn das vorliegende Bändchen dünn ist, gibt es einen facettenreichen Überblick zur aktuellen Lage des Bildjournalismus. Und eben diese Vielfalt an Perspektiven kann auch als eine große Stärke des Buches angesehen werden. Es eröffnet zentrale Themenfelder und bringt diese miteinander in Dialog. Dennoch verbleiben die einzelnen Analysen – wie es im Buch selbst auch immer wieder angesprochen wird – aufgrund der zeitlichen Nähe und der weiterhin bestehenden Pandemielage häufig im Vagen. Eine finale Bewertung kann naturbedingt noch nicht vollzogen werden. Der vorliegende Band ist somit einerseits als wichtiger Zeitzeuge anzusehen und andererseits als Anstoßgeber dazu, an dem wichtigen Thema dranzubleiben. Dass das Thema hierfür mehr als genug Material (auch für eine medienethische Anschlussforschung) liefert, das wird in den einzelnen Beiträgen des Bändchens deutlich herausgestellt.

Susanna Endres, Eichstätt/München

Sigrid Kannengießer: Digitale Medien und Nachhaltigkeit. Medienpraktiken für ein gutes Leben. Wiesbaden: Springer VS 2022 (=Medien • Kultur • Kommunikation), 277 Seiten, 42,79 Euro/ kostenloser Download auf den Seiten des Verlages.

Wie können digitale Medien genutzt werden, um zu einer nachhaltigen Gesellschaft und zu einem „guten Leben“ beizutragen? Dieser Frage geht Sigrid Kannengießer in ihrem Buch „Digitale Medien und Nachhaltigkeit. Medienpraktiken für ein gutes Leben“ nach. Es handelt sich um eine leicht überarbeitete Fassung ihrer Habilitationsschrift an der Universität Bremen. Neben bestellbaren Druckexemplaren ist das Buch zudem im open access-Format erhältlich.

Die Autorin nimmt aktuelle Digitalisierungs- und Digitalisierungsprozesse in den Blick und beschreibt entstehende Herausforderungen für eine nachhaltige Gesellschaft. Unter sozial-ökologischen Gesichtspunkten gehören dazu der erhöhte Energie- und Ressourcenverbrauch ebenso wie elektronischer Müll, also insbesondere die Produktion, Aneignung und Entsorgung von digitalen Medientechnologien. Es überrascht, dass sich diesem Thema, das nicht nur zentral für die Kommunikations- und Medienwissenschaft ist, bisher nur wenige Forschende annehmen. Umso relevanter ist deshalb die oben skizzierte zentrale Frage des Buches, die auf Individuen, Or-

