

tionen zwischen Personenmerkmalen und weiteren Prädiktoren der Mediennutzung, in den Fokus nehmen.

Insgesamt liefert die Monographie von Bernadette Kneidinger somit eine Reihe interessanter Einzelbefunde für den deutschsprachigen Raum, die im Wesentlichen im Einklang mit den Befunden von US-Studien stehen. Neue Impulse in der Theorie und Empirie setzt die Arbeit hingegen nicht. Nachdem die soziale und kommunikative Natur von Online-Netzwerken und ihre enge Verflechtung mit dem Sozialkapital ihrer User inzwischen als gut empirisch belegt gelten darf, stellen sich im nächsten Schritt der „Forschung 2.0“ im Bereich sozialer Online-Medien neue drängende Fragen, etwa nach dem Preis, den Nutzerinnen und Nutzer in Form von Selbstoffenbarung und Einschränkungen ihrer Privatsphäre für die Nutzung von Social Network Sites zahlen, und den Strategien, die sie entwickeln, um ihr Bedürfnis nach sozialer Interaktion mit dem Schutz der eigenen Privatsphäre in Einklang zu bringen.

Leonard Reinecke

Literatur

- Ellison, N. B., Steinfield, C. & Lampe, C. (2007): The Benefits of Facebook "Friends": Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12, 1143-1168.
- Renner, K.-H., Schütz, A. & Machilek, F. (Hrsg.) (2005): *Internet und Persönlichkeit. Differentiell-psychologische und diagnostische Aspekte der Internetnutzung*. Göttingen: Hogrefe.

Rainer Leschke / Henriette Heidbrink (Hrsg.)

Formen der Figur

Figurenkonzepte in Künsten und Medien

Konstanz: UVK, 2010. – 417 S.

ISBN 978-3-86764-086-2

Figuren gehören zu den ältesten Gegenständen der Geistes- und Kulturwissenschaften. Als zentrale Elemente des Geschichtenerzählens reicht das Nachdenken über sie zurück bis zu Aristoteles. In den letzten Jahren ist eine erneute Konjunktur geisteswissenschaftlicher Figurenforschung zu beobachten (z. B. Jannides 2004; Eder 2008).

Dies zeigt auch der Sammelband von Rainer Leschke und Henriette Heidbrink „Formen der Figur. Figurenkonzepte in Künsten und Medien“. In einer umfangreichen Sammlung von

Einzelbeiträgen präsentieren sie einen anschaulichen Überblick über historische und aktuelle Entwicklungen von Figuren in unterschiedlichen medialen Kontexten – angefangen von „alten“ Medien wie Theater, Literatur und Bildender Kunst bis zu technisch-apparativ basierten Medien wie Fotografie, Film, Fernsehen und Computerspiel.

Die beiden einleitenden Artikel von Rainer Leschke formulieren den konzeptuellen Ansatz des Bandes. Figuren werden hier als „mediale Formen“ definiert, die in ihrer Zeichenhaftigkeit sowohl wiederkehrende Strukturen aufweisen als auch semantische Leerstellen, so dass sie als „Figuren“ in unterschiedlichen Medienkontexten erkennbar sind. Ihre semantische Offenheit erlaubt es, so Leschke, dass sie für eine ganze Bandbreite an medienpezifischen Repräsentationsproblemen „eingesetzt“ werden können. Die Herausgeber möchten zeigen, wie Figuren in diesem Sinne als „Universalien des Mediensystems“ (Leschke, S. 29) durch die Medien migrieren. Der Band vollzieht diese „Wanderung“ in vier großen Kapiteln nach: Bühne – Schrift/Text/Ton – Bild – Audiovisuelle und interaktive Medien.

Im ersten dieser Kapitel zeigen Petra Maria Meyer und Christiane Berger die Traditionslinien fiktionaler Figurenkonzepte in Theater (Meyer) und Tanz (Berger) auf. Beide machen deutlich, dass die performative Verkörperung von Figuren auf der Bühne eng verbunden ist mit sozialhistorisch ausgeprägten Menschenbildern und Subjektbegriffen. Der Wandel von typenhaften Darstellungen zu individuellen Charakteren seit der Aufklärung und der Zerfall einheitlicher Subjektvorstellungen in der Moderne etwa findet seinen Niederschlag im Wandel von auf Nachahmung und Mimikry ausgerichteten Identifikationstechniken im Theater des 18. Jahrhunderts zu den fragmentarischen Subjektdarstellungen des modernen Theaters, welche die aktive Imagination der Betrachter mit einbeziehen.

Auch Nicolas Pethes betrachtet die historische Entwicklung literarischer Figuren im Kontext des sozialhistorischen Wandels. Die Individualisierung von Figurendarstellungen seit dem 18. Jahrhundert schlägt sich etwa signifikant nieder in der „impliziten Selbstcharakterisierung“ von Figuren, vermittelt durch die Technik der „internen Fokalisierung“ (Pethes, S. 87). Noch weiter geführt wird diese subjektivierende Perspektivierung literarischer Wirklichkeit in der Lyrik. Hier ist es, wie Iris Hermann zeigt, vor allem das „lyrische Ich“, das als figurale Instanz auftritt. Figuren erscheinen dabei als „zeigendes Ich“, dessen Sprechen

in seiner materialen Gestalt die Imagination der Leser adressiert. In der Popmusik geraten Figuren daneben, wie Christoph Jacke deutlich macht, in komplexe dispositive Zusammenhänge von Technik, Ökonomie und Popkultur. Jacke erklärt, wie Figuren in Songtexten und als Präsentatoren funktional ausgerichtet sind auf ökonomische und identitätspolitische Interessen und zudem strukturiert werden durch medientechnische Produktions- und Rezeptionsbedingungen. Diese komplexen Bedingungsgefüge figuraler Instanzen in massenmedialen Kontexten kommen auch im Journalismus zum Tragen. Christian Imminger konzentriert sich in seinem Beitrag zur Presse allerdings auf gestalthaft-formale Figuren in den Routinen der Berichterstattung, wobei der Mehrwert des Figurenbegriffes im Vergleich zu eingeführten Begriffen wie Schemata und Routinen der Berichterstattung vage bleibt. So zeigt der Beitrag, dass eine publizistische Auseinandersetzung mit dem Figurenbegriff noch aussteht.

Das Kapitel zu Figurenformen in Bildmedien wird eröffnet von Norbert M. Schmitz, der anschaulich epochen- und medienübergreifende Traditionslinien bildlicher Figurenkonzepte im Wandel von Menschenbildern aufzeigt. Die an den neuzeitlichen Subjektbegriff gebundene Zentralperspektive etablierte etwa, so Schmitz, zu Zeiten der Renaissance ein paradoxales Verhältnis zwischen vereinheitlichender Abbildtechnik und individualisierenden Figurendarstellungen. Die Fortführung dieser Darstellungstechniken im Unterhaltungskino beschreibt Schmitz gewissermaßen als Re-Entry einer paradoxalen Konvention der perspektivischen Figurenkonstruktion, die von der Hochin die Massenkultur gewandert sei. Aufschlussreich wäre gewesen, diese bildästhetischen Formen der Perspektivierung von Figuren in der Fotografie genauer zu beleuchten. Ausgehend von einem engen Begriff von Fiktionalität, der die Inszenierung dokumentarischer Bilder außen vor lässt, argumentiert Jörn Glasenapp in seinem Beitrag über Figurenkonzepte in der Fotografie dagegen, dass diese hier nur ein Randphänomen darstellen. Vor diesem Hintergrund konzentriert er sich auf Figurendarstellungen in der (tatsächlich eher randständigen) „inszenierten Fotografie“, also der Kunstfotografie. Jens Meinrenken verteidigt den Comic gegenüber dem alten kulturkritischen Vorwurf der affirmativen Trivialität, indem er seine Bildlichkeit in kunsthistorische Traditionen einbindet. Die mediale Spezifik des Comics kommt dabei besonders im Hinblick auf gegenwärtige Formen der Figurenkonstruktion leider etwas zu kurz.

Im Kapitel zu audiovisuellen und interaktiven Medien beschreibt Henriette Heidbrink Figuren im Film als „telische Attraktoren“ (S. 268), wobei sie die Ausrichtung der filmischen Figurenkonzepte auf die Betrachter in den Vordergrund stellt. Während sie sich implizit auf menschliche Figuren konzentriert, hebt sie deren Körperlichkeit als affektiven Schauwert hervor. Aufschlussreich für das Nachdenken über Formen der Figur in audiovisuellen Massenmedien ist der Beitrag von Gerd Hallenberger über Figurenkonzepte im Fernsehen. Er zeigt nicht nur die Bandbreite an fiktionalen und eben auch nicht-fiktionalen Figuren im Fernsehen auf, sondern schlägt unter Berücksichtigung der seriellen Struktur und der cross-medialen Präsenz von Fernseh-Akteuren die Unterscheidung von „Gesamt-“ und „Teilfiguren“ vor. Dabei verortet er Figuren des Fernsehens im Spannungsfeld von „Rolle“, öffentlichem und cross-medial konstruiertem „Image“ und der (fiktiven oder non-fiktiven) „Person“.

Mit Werbung und Videoclip werden anschließend von Jens Eder und Lisa Gotto zwei Medienkontexte von Figuren vorgestellt, die beide wesentlich ökonomisch strukturiert sind. Eder unterscheidet drei Grundtypen von Werbe-Figuren und untersucht, wie diese etwa als Symbole, Artefakte oder fiktive Wesen mit unterschiedlichen kommunikativen Strategien versehen sein können. Werbe-Figuren werden damit anschaulich und systematisch im Hinblick auf ihre pragmatisch-funktionalen Konzepte ausgeleuchtet. In ihrem Beitrag zum Videoclip verseift sich Lisa Gotto leider darauf, dass dieser genuiner Bestandteil des Fernsehens sei und als solcher geradezu abhängig vom Fernsehen. Allerdings ist das bei Gotto im Vordergrund stehende Musikvideo inzwischen weitgehend aus dem Fernsehen ins Internet gewandert. Die Tatsache, dass sie sich vorwiegend mit der fernsehspezifischen Medialität des Musikvideos auseinandersetzt, ist in diesem Zusammenhang entsprechend misslich. Einen guten Einblick in interaktive Figurenkonzepte des Computerspiels bietet zum Abschluss dieses Kapitels Jürgen Sorg. Während er sich dabei explizit auf Spieler-Figuren konzentriert, macht er bereits für diesen Bereich deutlich, wie weitreichend und komplex das Feld narrativer und ludischer Aspekte ist, welche die Formen der Figur im Computerspiel bedingen.

Mit einem abschließenden grundlagentheoretischen Beitrag zur Semiotik der Figur beendet Jochen Venus den Band. Die von ihm untersuchte Zeichenhaftigkeit von Figuren hätte

sich allerdings gut in das erste Kapitel zur Morphologie der Figur gefügt.

Insgesamt bietet der Band einen reichhaltigen Einblick in die aktuelle Figurenforschung unterschiedlicher geistes- und kulturwissenschaftlicher Disziplinen. Auch wenn der Figurenbegriff nicht bei allen Beiträgen gleichermaßen scharf ausgeprägt ist, treten in der Gesamtschau die Kohärenzen und Differenzen zwischen den verschiedenen medialen Figurenformationen anschaulich hervor. Dabei zeigt sich auch, dass Figuren als „Universalien des Mediensystems“ schon immer intermedial angelegt waren – ein Ergebnis, das für zukünftige Auseinandersetzungen mit transmedialen Formen der Figur im digitalen Zeitalter wichtige Anhaltspunkte bietet.

Kathrin Fahlenbrach

Literatur:

Eder, Jens (2008): Die Figur im Film. Grundlagen der Figurenanalyse. Marburg.

Jannidis, Fotis (2004): Figur und Person. Beitrag zu einer historischen Narratologie. Berlin.

Eggo Müller

Not only Entertainment

Studien zur Pragmatik und Ästhetik der Fernsehunterhaltung

Köln: Halem, 2011. – 282 S.

ISBN 978-3-938258-86-6

In dem vorliegenden Buch entwickelt Eggo Müller eine pragmatische medientheoretische Perspektive, die er als Rahmentheorie für die Analyse des aktuellen Medienwandels versteht. Mit der gezielten Zusammenstellung von zehn seiner bislang zu diesem Problembereich erschienenen Beiträge – im Rahmen seiner Habilitation – handelt es sich damit um mehr als eine bloße Textzusammenstellung. Vielmehr werden die bearbeiteten Aufsätze von einer fundierten Einleitung mit dem Titel „Zur Pragmatik und Ästhetik der Fernsehunterhaltung“ sowie einem Ausblick mit dem Titel „Unterhaltung im Zeitalter der Konvergenz“ eingerahmt. Die bereits an anderen Orten in den Jahren 1995 sowie im Zeitraum von 2002 bis 2008 erschienenen Aufsätze und Studien (fünf davon in der Zeitschrift *Montage/AV*) bieten eine Vertiefung seiner pragmatischen Medientheorie anhand der Analyse unterschiedlicher unterhaltender Genre, angefangen bei der Sport- bzw. Fußballberichterstattung über Unterhaltungsshows bis hin zu den performativen Unterhaltungsformaten. Dadurch ergibt sich auch für

die weitere medien- und kommunikationswissenschaftliche Auseinandersetzung mit der Fernsehunterhaltung neben der beabsichtigten begrifflichen und theoretischen Fundierung eine interessante Zusammenfassung der wesentlichen Stationen des Fernschwandels aus den letzten zwanzig Jahren.

Unter „Pragmatik“ versteht Müller eine prozessuale, auf die „spezifische Wechselwirkung von (1.) *institutionellem Rahmen*, (2.) *ästhetischer Qualität* des Fernschtextes und (3.) *spezifischer Rezeptionssituationen* als Möglichkeitsbedingung von Unterhaltung“ (52) gerichtete Perspektive. In der Anwendung dieser Perspektive zur Analyse der gewachsenen Rolle der Unterhaltung zielt Eggo Müller auf mehr als auf eine bislang in pragmatischer Hinsicht verstandene Beantwortung der Frage, was Menschen in ihrem Verhältnis mit Medien machen und wie sie sich gegenüber Medien und Unterhaltung verhalten oder äußern. Konkret geht es um eine Theorie, die eine Brückenbildung zwischen den medienpsychologischen, kommunikationswissenschaftlichen und kulturwissenschaftlichen Traditionslinien in der Auseinandersetzung mit der Fernsehunterhaltung verfolgt, da die genannten Positionen „Unterhaltung“ alle mehr oder weniger entweder produkt- oder rezeptionsspezifisch betrachten, ohne eine an institutionellen Prozessen orientierte Verbindung zu verfolgen.

An dieser Stelle streicht Müller in der Einleitung starke Berührungspunkte mit der ebenfalls integrativ angelegten Unterhaltungstheorie von Werner Früh heraus, beharrt aber auf dem Unterschied, dass Unterhaltung keineswegs bloß sein kann, was unterhält, weil diese individuelle bzw. psychologische Perspektive den komplexen historischen und sozialen Institutionalisierungsprozess von Unterhaltung im Unterschied zur Unterhaltsamkeit positivistisch ausblendet. In kritischer Einbeziehung der Perspektive und Position Hans-Otto Hügelts gelingt Müller eine überzeugenden Diskussion und Klarstellung des Unterhaltungsbegriffs, die über die Verkürzungen der medienpsychologischen und kommunikationswissenschaftlichen Konzepte hinausweist.

Ein zentrales Thema in der Auseinandersetzung mit Unterhaltung, die von Unterhaltsamkeit streng zu unterscheiden ist, bildet in der Einleitung das jüngere Konzept der „Unterhaltungsöffentlichkeit“. Nach Müller kommt es nicht von ungefähr, dass die aktuellen Probleme mit der Unterhaltungsöffentlichkeit aus dem begrifflich bislang uneindeutigen Umgang mit Unterhaltung herrühren. Darüberhinaus ist diese Entwicklung aber auch als Ergebnis