

Besprechungen

Johannes Krause
Schönheitshandeln

Der Einfluss des Habitus auf die Bearbeitung
 des Körpers

Wiesbaden: Springer VS, 2018. – 324 S.

ISBN 978-3-658-20027-5

(zugl.: Düsseldorf, Univ., Diss., 2017)

Selten war eine abhängige Variable so attraktiv. In der Dissertation des Soziologen Johannes Krause geht es nicht um populistische Wahlerfolge oder um Gewalthandlungen, sondern es geht um „Schönheitshandeln“, also um alle Aktivitäten, die Menschen aller drei Geschlechter vollziehen, um sich schöner zu machen. Das umfasst bei Krause ein weites Spektrum vom routinierten Frisieren und Diätieren bis zu folgenreichen Entscheidungen, etwa sich tätowieren oder gar operieren zu lassen. Menschen unterscheiden sich erheblich darin, wie sehr sie diese Optionen wahrnehmen. Da stellt sich die sozialwissenschaftliche Kernfrage: Wie sind diese Unterschiede zu erklären? Eine der vielen unabhängigen Variablen, die Johannes Krause zur Erklärung heranzieht, ist die Nutzung von einschlägigen TV-Formaten und Zeitschriften – und da ist das Interesse der Kommunikationswissenschaft geweckt.

Im Anschluss vor allem an George Gerbner unterscheidet er zwei Effekte: Eine Kultivierung erster Ordnung sieht er in der kognitiven und affektiven Normalisierung eines Idealbildes durch mediale Botschaften. Mit der Flut von zumeist am Computer bearbeiteten Bildern verbreiten sich ideale Vorstellungen von Körper, Bewegung und Ausstattung. Schönheit entsteht eben nicht im Auge des Betrachters, sondern ist hochgradig konventionalisiert. Eine Kultivierung zweiter Ordnung sieht er in der Normalisierung von Maßnahmen, sich diesem fernen Idealbild anzunähern. Das medial vermittelte Narrativ ist dreistufig: (1) Abweichungen vom Ideal hat das Individuum zu verantworten. (2) Abhilfen sind möglich. (3) Sie sind sinnvoll, denn die Chancen sind hoch und die Risiken klein. Auf diese Weise werden die Schwellen auch für aufwändige Schönheitshandlungen gesenkt – bis hin zu Eingriffen der ästhetischen Chirurgie.

Die beiden Kultivierungseffekte sind die Basis für seine Hypothesen zum Medieneinfluss auf das alltägliche und das dauerhafte Schönheitshandeln. Selbstverständlich bezieht er noch andere unabhängige Variablen ein; aus

kommunikationswissenschaftlicher Sicht sind das dann lästige Kontrollvariablen, die den starken Medieneinfluss zu überdecken drohen. Dies sind soziale Faktoren wie Geschlecht, Alter, Bildung, Sozialisation, und psychische Faktoren wie Wertorientierung. Und schließlich spielt auch der kulturelle Hintergrund eine Rolle – aber nicht als Erklärung für die Unterschiede, denn das dominante Denkmuster, die Gestaltbarkeit des Lebens von Geburt bis Tod, bildet ja für alle Individuen den Hintergrund ihrer Schönheitsaktivitäten.

Methodologisch zieht Krause damit den Zusammenhang der zwei Makrovariablen „Multi-optionengesellschaft“ und „Schönheitspraxen“ auf die Mikroebene von individuellen Faktoren und Handlungen – und liefert so ein Musterbeispiel für die Nutzung der Coleman'schen Badewanne. Johannes Krause prüft den unterschiedlichen Einfluss aller Variablen anhand von Befragungsdaten. Er hat ein nach Alter, Geschlecht und Bildung quotiertes Online-Sample von ca. 1.300 Personen einmalig befragt. Datenerhebung und Datenauswertung sind mustergültig. Schon die Prävalenzen der einzelnen Schönheitshandlungen bieten spannende Einblicke. So bekennen sich 1,3 Prozent der Befragten dazu, keine Körperpflegeprodukte zu benutzen. Das sind etwa genauso viele wie diejenigen, die angeben, am Kopf tätowiert zu sein. Und jede(r) vierte ist gepierct.

Vor allem aber kann Krause mit Regressionsanalysen zeigen, welchen Erklärungsanteil an den Unterschieden im Schönheitshandeln die einzelnen Faktoren haben – und damit auch, welchen Stellenwert die jeweils zuständigen Wissenschaften reklamieren dürfen. Ergebnis: Die Nutzung (visueller) Medien hat einen hochsignifikanten Einfluss auf das Schönheitshandeln und verbessert deutlich die Güte des Modells auf 35 Prozent Varianzaufklärung. Wie Krause konzise darlegt, ist dies im Detail sehr, sehr differenziert. So treiben insbesondere die Fitness- und Männerzeitschriften ihre Leser in aufwändige Schönheitshandlungen. Insgesamt kann festgehalten werden: Es finden sich Kultivierungseffekte erster und zweiter Ordnung. Oder plakativ formuliert: Die Medien haben großen Anteil am doppelten (Selbst-)Betrug, dass Ideale normal und dass sie für jeden erreichbar seien.

Die Mediennutzung rangiert also als Erklärung für Schönheitshandeln weit vor den Wertorientierungen und vor etlichen sozio-demografischen Schwergewichten. Nur eine einzige andere Variable kann größere Erklärungskraft verbuchen: das Geschlecht. Für Frauen sind die Idealvorstellungen mit höherer Wahrschein-

lichkeit verbindlicher und handlungsleitender als für Männer – woran dies auch immer liegen mag. Gegen das Geschlecht kommt mediale Kommunikation nicht an. Mit dieser Kränkung muss und kann der Kommunikationswissenschaftler leben.

Gerhard Vowe

Anna Sophie Kümpel

Nachrichtenrezeption auf Facebook

Vom beiläufigen Kontakt zur Auseinandersetzung

Wiesbaden: Springer VS, 2019. – 270 S.

ISBN 978-3-658-24228-2

(Zugl.: München, Univ., Diss., 2018)

Für Medienunternehmen ist es heute gängige Praxis, Nachrichtenbeiträge über Soziale Netzwerkseiten (SNS) wie Facebook, Twitter und Instagram zu teilen. Nutzer kommen auf SNS häufig jedoch nur beiläufig mit diesen Nachrichten in Kontakt. Zwar kann sich dadurch bereits ein Gefühl der subjektiven Informiertheit einstellen, doch bleibt die Frage, wann sich Nutzer aktiv mit Nachrichteninhalten auf SNS auseinandersetzen. Dieser sowohl für die journalistische und medienwirtschaftliche Praxis als auch für die kommunikationswissenschaftliche Nutzungs- und Wirkungsforschung relevanten Frage widmet sich Anna Sophie Kümpel in der vorliegenden Monographie.

Es gibt Werke, die man beim Verfassen der eigenen Dissertation gerne zitiert hätte, sofern sie denn verfügbar gewesen wären – das Buch von Anna Sophie Kümpel gehört dazu. Es ist eine wertvolle Ressource für alle, die sich einen kompakten Überblick über den Forschungsstand zu Angebot und Nachfrage von Nachrichten auf SNS verschaffen wollen, nach einer präzisen Systematisierung der Spezifika der Nachrichtenrezeption auf SNS suchen und sich ganz praktisch fragen, wie sie ihre Netzwerkkontakte am besten auf für sie relevante Nachrichten aufmerksam machen können.

Man könnte einwenden, dass es sich bei dem Untersuchungsgegenstand der Arbeit – Nachrichten, die von professionell-redaktionell organisierten Medien auf Facebook verbreitet werden – um ein recht enges und unstetiges Forschungsfeld handelt. So hat Instagram Facebook in der jungen Zielgruppe kürzlich als beliebteste Quelle für tagesaktuelle Nachrichten abgelöst (siehe Reuters Digital News Report 2019). Dennoch informieren sich nach wie vor unzählige Menschen weltweit auf Facebook über das aktuelle Geschehen. Und sollte Face-

book irgendwann, wie bereits vielfach beschworen, in der Bedeutungslosigkeit verschwinden, sind die meisten Ausführungen des vorliegenden Werks mit wenigen Anpassungen auf andere SNS übertragbar.

Die theoretischen Erträge der Arbeit sind indes umfangreich. Anna Sophie Kümpel hat die empirische Forschung zur Nachrichtennutzung auf SNS umfassend aufgearbeitet, was angesichts des dispersen Forschungsstands eine beachtliche Leistung ist. Ebenso zu würdigen ist die Charakterisierung der Rezeptionssituation von Nachrichten auf Facebook in einer bislang einzigartigen und sehr lesenswerten Systematisierung entlang der Kriterien Inzidentalität, Non-Exklusivität, Sozialität und Personalisierung. Auf Basis des dynamisch-transaktionalen Ansatzes (DTA) entwickelt die Verfasserin zudem ein „Ordnungssystem“ (S. 41), das fünf Dimensionen potenzieller Einflussfaktoren enthält, die im Prozess der aktiven Auseinandersetzung mit Nachrichten auf Facebook eine Rolle spielen. Darunter fallen Merkmale des Nachrichtenanbieters (z. B. zugeschriebene Glaubwürdigkeit), der Botschaft (Nachrichtenfaktoren und Information Utility), des Nachrichtenvermittlers (Beziehungsstärke und Meinungsführerschaft), des Nachrichtenerfahrens (z. B. Gerichtetheit und Sichtbarkeit von Nachrichtenempfehlungen) und des Empfängers (z. B. Big Five). Die Vielzahl der diskutierten Faktoren verdeutlicht die Komplexität von Rezeptionsentscheidungen und bietet einen guten Blick über den disziplinären „Tellerrand“ hinaus.

Den Stellenwert der identifizierten Faktoren exploriert Anna Sophie Kümpel in einer methodisch aufwändigen qualitativen Studie mit 16 Teilnehmern. Zunächst wurde die Facebooknutzung jedes Teilnehmers beobachtet, anschließend folgten ein „Post-Exposure Walkthrough“ (S. 96) und ein Leitfadeninterview. Die Ergebnisse deuten auf einen moderaten bis hohen Stellenwert von professionell-redaktionell produzierten Nachrichten im Newsfeed der Teilnehmer hin. Als stärksten Einflussfaktor für die Hinwendung zu Nachrichten identifiziert die Verfasserin jedoch nicht einen SNS-spezifischen Faktor, sondern – ganz klassisch – das Themeninteresse. Darüber hinaus spielt es eine Rolle, wer die Nachricht teilt und wie der potenzielle Rezipient auf die Nachricht hingewiesen wird.

Konsequent werden die Einflüsse des Themeninteresses und der beiden oben genannten „SNS-spezifischen“ Faktoren anschließend in einem mit großer Sorgfalt gestalteten quantitativen Online-Experiment mit mehr als 500 Teil-

nehmern untersucht und zum Teil bestätigt. Die Verfasserin zeigt, dass die Beziehungsstärke zum Nachrichtenvermittler die Auswahlwahrscheinlichkeit von Nachrichten sowie die wahrgenommene Themenrelevanz und die Wahrscheinlichkeit von Anschlusskommunikation erhöht.

Weniger eindeutig sind die Ergebnisse zum Einfluss des Nachrichtenerfahrens: Hier steigert eine „Markierung“ des Teilnehmers durch den Nachrichtenvermittler (experimentell innovativ umgesetzt über ein Namensgenerator-Verfahren) lediglich die Rezeptionswahrscheinlichkeit der zugehörigen Nachricht. Das (nicht experimentell manipulierte) Themeninteresse erklärt in allen Modellen einen signifikanten Anteil der Zuwendung zur Nachricht.

Abgerundet wird die Arbeit von einer prägnanten Zusammenfassung und Diskussion. Die Verfasserin interpretiert die Ergebnisse verhalten pessimistisch im Sinne des „Matthäus-Effekts“ (S. 203) und der Wissenskluft-Hypothese. Demnach würden vor allem diejenigen Menschen von Nachrichten auf SNS profitieren, die sich schon vorab durch ein besonderes Nachrichteninteresse auszeichnen, während Menschen ohne ein solches Interesse zunehmend zurückfallen. Eine abschließende Beantwortung der Frage, ob es zu einem solchen Effekt kommt, kann die Studie aufgrund ihres Designs und des starken Fokus auf hochgebildete Studienteilnehmer freilich nicht leisten.

Für die weitere Forschung sind die Befunde hochrelevant. Sie unterstreichen, dass das Themeninteresse als wichtiger (und wahrscheinlich ältester) Prädiktor der Nachrichtenrezeption auch auf SNS Bestand hat. Die Befunde zeigen aber auch, dass die Besonderheiten der Rezeptionssituation auf SNS, vor allem die „Sozialität“, die Nachrichtenauswahl und damit auch potenzielle Wirkungen der Nachrichten beeinflussen.

Ein kleiner Wermutstropfen bleibt, dass ein wichtiges Element des DTA, nämlich die *Dynamik*, in der Gesamtbetrachtung etwas zu kurz kommt. Dies betrifft zum einen die nach einer kurzen Nennung (S. 57) nicht weiter untersuchte Tatsache, dass sich Nachrichtenbeiträge in SNS mit jeder Interaktion von Nutzern ändern (Stichwort Popularitätsindikatoren) und dass dies eventuell Folgen für nachfolgende Rezeptionsentscheidungen hat. Zum anderen hätten die spannenden Dynamiken zwischen den Faktoren, die eine aktive Hinwendung von SNS-Nutzern zu Nachrichten fördern und die im Theorieteil nur angedeutet werden, gerade qualitativ etwas ausführlicher analysiert werden können. So wäre zum Beispiel interessant

gewesen, inwieweit Sozialität das Themeninteresse „überschreiben“ kann, sodass Nutzer auch eine für sie weniger interessante Nachricht lesen, wenn sie von einem engen Netzwerkkontakt geteilt wird.

Der letzte Gedanke verdeutlicht, dass die Lektüre des Buchs äußerst inspirierend ist. Tatsächlich hat die Verfasserin mit ihrer Arbeit wichtige theoretische und empirische Beiträge zur Nachrichtenrezeptionsforschung in „neuen“ Mediumumgebungen geleistet. Zwar finden sich bei allem Lob auch wenige kleine „Irritationen“, wie zum Beispiel die Diskrepanz zwischen den theoretisch vorgestellten Wirkungen der Nachrichtennutzung auf politisches Wissen und Fragmentierung und den empirisch untersuchten Wirkungen auf Auswahlentscheidungen, Anschlusskommunikation und Themenrelevanz. Doch insgesamt bleibt das sehr positive Fazit, dass Anna Sophie Kämpel mit der Systematisierung der Nachrichtenrezeption auf Facebook und der Identifikation eines reichen Fundus an Einflussfaktoren auf die Zuwendung zu Nachrichteninhalten ein sehr lesenswertes Buch sowie ein Forschungsprogramm vorlegt, das mit Sicherheit eine Vielzahl an Anschlussstudien stimulieren wird.

Marc Ziegele

Literatur

Newman, N. et al. (2019). Reuters Institute Digital News Report 2019. Oxford. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/inline-files/DNR_2019_FINAL.pdf [16.10.2019].

Christian Schicha

Medienethik

Grundlagen, Anwendungen, Ressourcen

München: UVK, 2019. – 321 S.

(UTB Medien- und

Kommunikationswissenschaft; 5102)

ISBN 978-3-82525-102-4

Christian Schicha will mit seinem Buch eine allgemeinverständliche, praxisorientierte Einführung in die Medienethik geben. Ziel der Medienethik sei es, „abstrakte Moralkonzeptionen so zu operationalisieren, dass sie eine Orientierungshilfe bei moralisch fragwürdigen Medienentwicklungen liefern“ (S. 293). Ein Vorhaben, das sicher auf Interesse stößt, zumal auf Deutsch kein vergleichbares Einführungswerk aus der jüngeren Zeit vorliegt.

Im Eingangskapitel führt Schicha seine Auffassung von angewandter Ethik aus und diskutiert einige Grundbegriffe der Medienethik –

Verantwortung, Öffentlichkeit, Medienqualität und Authentizität. Den weitaus größten Teil des Buches nehmen die folgenden Kapitel über verschiedene Problemfelder der Medienethik ein. Behandelt werden hervorstechende, problematische Phänomene (Medienskandale, Fake News), spezielle mediale Formen (Boulevard, Bilder, Unterhaltung), einzelne Inhalte (Flüchtlinge, Terror) und die Institutionen der Mediensebstkontrolle. Ein längeres Kapitel ist dem Internet gewidmet. Abschließend werden medienethische Initiativen sowie ausgewählte Werke der Medienethik vorgestellt.

Schicha wendet sich mit seinem Ansatz dagegen, ethische Forderungen an die Medienschaffenden unvermittelt aus idealen Moraltheorien abzuleiten. Bei der Bewertung von Entwicklungen sind seiner Auffassung nach immer die Strukturbedingungen der Medienproduktion zu berücksichtigen; zudem trägt neben den Medienschaffenden auch das Publikum eine Verantwortung (S. 293). Allerdings bleibt an vielen Stellen unklar, auf welche Weise genau Schicha zwischen hohen moralischen Ansprüchen und den realen Bedingungen vermitteln will. Er stellt zumeist zahlreiche Beiträge aus der Literatur nebeneinander und begründet seine eigene Wertung nur knapp.

Beispielsweise stellt das Kapitel über „Fake News“ zwar durchaus informativ einige Fälle von willkürlicher Verbreitung falscher Nachrichten zusammen und erklärt, wie sich Nachrichten überprüfen lassen (S. 96). Die anschließende Diskussion gipfelt in der Forderung, dass Internet-Plattformen bei der Kontrolle der Inhalte in die Pflicht genommen werden sollen (S. 99). Man würde sich aber eine eingehendere Diskussion dieser Forderung wünschen: Auf welche Weise lässt sie sich überhaupt umsetzen? Was bedeutet sie für die Meinungsfreiheit? Nebenbei gesagt, irritiert in dem Kapitel, dass die Beispiele technische Fehler und echte Fälschungen vermischen (S. 92/93) und dass ein Text der sogenannten „Agenda für True Media“ unkommentiert abgedruckt wird (S. 97).

Das Kapitel über Terror-Berichterstattung gelangt zum Fazit, Berichte sollten der „Informationspflicht nachkommen, ohne dem Täter eine Medienbühne zu geben.“ (S. 162) Letzteres sei möglich, indem man Ereignisse in Zusammenhänge einordnet, eine besonnene Sprache verwendet, die Opfer in den Blick nimmt und die eigenen Dilemmata thematisiert (S. 161). Diese Forderungen mögen sinnvoll sein; sie folgen jedoch recht unvermittelt auf die Auflistung von Argumenten für und gegen eine umfassende Berichterstattung, ohne dass diese genauer geprüft werden. Worauf beruht denn die

angesprochene Informationspflicht der Medien, und wo liegen ihre Grenzen? Wenn man solche und ähnliche Fragen klären würde, erhielte man eine besser nachvollziehbare Begründung für die Forderungen.

Im Kapitel über Unterhaltung greift Schicha gängige Kritikpunkte an Fernsehformaten wie „Dschungelcamp“ und „Der Bachelor“ auf. Diese werden größtenteils zurückgewiesen: Zwar seien basale Standards wie Menschenwürde und das Verbot von Lüge, Täuschung und Manipulation einzuhalten, ansonsten gelte aber Konsumentensouveränität (S. 204). Das „Dschungelcamp“ sei „kaum zu beanstanden“ (S. 202). Dies kann man so sehen, aber man wünscht sich doch, dass das Prinzip der „Konsumentensouveränität“ etwas genauer beschrieben und begründet wird. Warum schließt es offenbar aus, die souveräne Wahl des Konsumenten ethisch zu bewerten? Auch könnte eine kritischere Position zu den Sendungen zumindest ernster genommen und nachvollziehbarer entkräftet werden.

Insgesamt springt das Werk somit zu schnell zu konkreten Ereignissen und Spezialthemen. Bei allem Verständnis für Praxisrelevanz: Wenn gezeigt werden soll, wie man zu ethischen Urteilen gelangt, sollten die dafür leitenden Gesichtspunkte, Werte und Prinzipien klarer herausgearbeitet werden. So etwa der Wert der Privatsphäre: Wie begründet man, dass der Schutz persönlicher Informationen ethisch bedeutsam ist, und wo liegen die Grenzen dieses Schutzes? Eine systematische Antwort hierauf würde zu der im Buch erstrebten „Orientierungshilfe“ beitragen. Jedoch sucht man eine solche vergebens, wenn auch an mehreren Stellen ohne weitere Ausführungen auf den Wert der Privatsphäre verwiesen wird (S. 105; S. 233; S. 262). Ähnliches gilt auch für das Prinzip der Nichtschädigung, das vor allem im Zusammenhang mit Bildern erwähnt wird (S. 132).

Statt hier tiefer zu graben, verlässt sich das Buch stark auf die Gegenüberstellung zahlreicher Quellen. Ein Symptom dafür sind die überbordenden Literaturlisten am Ende jedes Kapitels. Einflusreiches und Originelles geht in der Masse der Beiträge unter. Im gesamten Buch werden keine fremdsprachigen Werke erwähnt, sofern diese nicht übersetzt sind – auch dadurch entgehen den Lesern wertvolle Ansätze.

All dies führt dazu, dass der systematische Gehalt des Buches schwach ist. Man erfährt zwar viel, aber das Material wird zu wenig kritisch durchdrungen. Wie eine begründete Orientierung in ethischen Fragen zustande kommt, bleibt daher oft unklar.

Matthias Katzer

Sascha Trültzsch-Wijnen**Identität, Orientierung und Lebenswelt**

Ein mehrdimensionaler Blick auf situatives
Aushandeln von Privatheit im Social Web

Baden-Baden: Nomos, 2018. – 514 S.

(Reihe: Lebensweltbezogene Medien-
forschung: Angebote – Rezeption –
Sozialisation; 17)

ISBN 978-3-8487-5185-3

In seiner Habilitationsschrift untersucht Sascha Trültzsch-Wijnen, inwiefern junge Menschen soziale Medien nutzen, um ihr Leben, ihre Beziehungen und ihre Identität zu gestalten. All diese Bereiche hängen eng mit dem Thema Privatheit zusammen, welches somit auch in der Arbeit einen zentralen Raum einnimmt. Ziel ist es, zum allgemeinen Verständnis von Privatheit im Rahmen der aktualisierten Kommunikationsumgebung beizutragen. Hierzu analysiert Trültzsch-Wijnen das Thema zuerst in mehreren Kapiteln theoretisch, anschließend in drei einzelnen Studien empirisch.

Um die Fragestellungen theoretisch greifen zu können, nimmt Trültzsch-Wijnen eine Mehrebenenanalyse vor. Gemeint ist hiermit nicht das statische Analyseverfahren, sondern die epistemische Perspektive auf drei verschiedene Ebenen: Das Individuum an sich (Mikroebene), Medieninhalte und soziale Begegnungen (Mesoebene) sowie gesamtgesellschaftliche Organisationsstrukturen (Makroebene). Zur Integration der Medien und sozialen Netzwerkseiten bemüht der Autor das Konzept des Dispositivs. Demgemäß wird medial vermittelte Kommunikation stets durch objektive Gegebenheiten, subjektive Wahrnehmungen und soziale Normen bedingt.

Privatheit ist somit nicht nur das persönliche, individuumszentrierte Aushandeln von Rückzug und Offenbarung, sondern auch die Begegnung mit anderen Menschen, resultierende soziale und technische Wechselwirkungen sowie ein übergeordneter Rahmen, in welchem all dies stattfindet. Interessant ist die vorgenommene Unterscheidung der Online-Identitätsarbeit auf den drei Ebenen: Während Personen auf der Mikroebene soziale Netzwerkseiten vorrangig zur Selbstreflexion nutzen, erfolgt auf der Mesoebene Selbstoffenbarung und auf der Makroebene Selbstinszenierung.

Zu den empirischen Studien zählen eine großangelegte quantitative Nutzerbefragung in Österreich ($N = 2.491$), qualitative Interviews ($N = 15$) sowie eine Inhaltsanalyse ($N = 167$). In der Befragung wird untersucht, welche Inhalte Nutzer von Social Media teilen, in den Interviews, wie sie über Privatheit nachdenken, in

der Inhaltsanalyse, welche Inhalte sie konkret auf den sozialen Profilen teilen. Ein Fokus liegt dabei durchgängig auf Privatheitseinstellungen und dem Hochladen von Fotos.

Die drei zentralen Erkenntnisse der empirischen Arbeiten lauten wie folgt:

1. Die Nutzung von sozialen Netzwerkseiten erfolgt in erster Linie passiv. Die Netzwerke werden hauptsächlich genutzt, um sich über das Leben Anderer zu informieren; Chat-Funktion/Messenger werden vorrangig verwendet, um Beziehungen zu pflegen; zudem wird allgemein darauf geachtet, sich stets auf authentische Weise in einem guten Licht zu präsentieren.

2. Nutzer halten sich selbst im Teilen von kritischen Fotos zurück, sind aber stets auf der Suche nach genau solchen bei Anderen. Es gibt ein großes Bewusstsein für Privatheit und potenzielle Überschreitungen, die bewusst vermieden werden sollen.

3. Das Privacy Paradox – welches besagt, dass Menschen trotz großer Privatheitsbedenken dennoch freizügig Informationen teilen – lässt sich als solches nicht bestätigen. Tatsächlich liegen zwar gewisse Diskrepanzen zwischen dem gewünschten und dem tatsächlichen Verhalten vor. Dies bedeutet aber keine Nachlässigkeit gegenüber der eigenen Privatheit an sich, sondern vielmehr ein Nichtbeherrschen der technischen Umgebung, welche erfolgreich zu navigieren nur wenige im Stande sind.

Die Arbeit stellt somit einige interessante und stichhaltige Erkenntnisse bereit. Es überzeugt die Geradlinigkeit der empirischen Umsetzung und die daraus gewonnenen Erkenntnisse. Dem Autor gelingt es, den Forschungsstand sehr gut darzustellen; gerade das Kapitel *Handlungstheoretische Konzeptionen zum Umgang mit Social Web und SNS* weiß besonders zu überzeugen. Ebenso beeindruckt die Genauigkeit des allgemeinen Vorgehens, das tiefe Verständnis der behandelten Theorien sowie die gelungene abschließende Diskussion und Zusammenfassung.

Schwachstellen hat die Arbeit in der theoretischen Ausarbeitung und in der sprachlichen Darstellung. Das Konstrukt des Dispositivs ist inhaltlich zu groß gefasst, um es im theoretischen und empirischen Einzelfall noch sinnvoll anwenden zu können. Es bleibt letztlich unklar, was es genau darstellt, scheint kaum falsifizierbar. Dies zeigt sich beispielsweise darin, dass es in der Diskussion der empirischen Ergebnisse nicht mehr aufgegriffen wird.

Die sprachliche Gewandtheit von Trültzsch-Wijnen ist beeindruckend. Der Schreibstil greift bewusst die Theorie- und Texttradition der Soziologie und Medienwissenschaft auf, entspricht somit dem akademischen Hintergrund

des Autors. Gleichzeitig sind viele Formulierungen in den Theorieteil zu umständlich und zu komplex geraten. Die aufwendige Ausdrucksweise erschwert somit leider das Verständnis der guten Gedanken. Mehr Mut zur Einfachheit wäre wünschenswert.

Noch eine letzte Bemerkung: Zu Beginn vieler Abschnitte wird dargelegt, dass die folgenden Ausführungen nur bruchstückhaft, verkürzt und unvollständig bleiben müssen. Gute Theoriearbeit erfordert allerdings keineswegs, sämtliche Eventualitäten und Möglichkeiten zu bedenken, darzulegen und zu diskutieren. Im Gegenteil, ähnlich einem empirischen Modell liegt die Kunst in der Identifikation der zentralen Elemente. Die Arbeit weist entsprechend vielmehr Redundanzen auf und hätte von einer stärkeren Fokussierung der guten Gedanken und spannenden Erkenntnisse profitiert.

Tobias Dienlin

Julian Unkel

Informationsselektion mit Suchmaschinen

Wahrnehmung und Auswahl von Suchresultaten

Baden-Baden: Nomos, 2019. – 379 S.

(Reihe Rezeptionsforschung; 41)

ISBN 978-3-8487-5987-3

(Zugl.: München, Univ., Diss., 2019)

Googeln ist heute für die eigenständige Informationsrecherche von enormer Bedeutung. Welche Einflussfaktoren bedingen die Auswahl von Suchmaschinenresultaten? Und spezifischer: Welche Rolle spielen Glaubwürdigkeit, Einstellungskonsistenz oder Bequemlichkeit bei der Online-Informationssuche mittels Suchmaschinen? Dieser hochrelevanten und forschungsleitenden Frage geht die in der Nomos-Reihe „Rezeptionsforschung“ veröffentlichte, an der LMU München abgeschlossene Dissertation von Julian Unkel nach. Die Arbeit verfolgt das Ziel, die Rezeption von Online-Suchmaschinenresultaten (SERPs), die Wahrnehmung der Suchresultate, die Selektionsentscheidung, die anschließende Rezeption der Zielseiten sowie den Erfolg der Informationssuche empirisch zu überprüfen.

Hierzu wurde ein Online-Selektionsexperiment mit manipuliertem Suchmaschinen-Stimulus sowie vor- und nachgeschalteter Befragung anhand von zwei politischen Themen durchgeführt. Begründet wird die Untersuchung, neben theoretischen Überlegungen, durch die Konzeption eines Modells der Selektion von Suchresultaten, welches auf überge-

ordneten Motivationen für die Informationssuche basiert. Unkel geht bei der Beantwortung seiner Hauptforschungsfrage klar, schlüssig und auch im Aufbau des Werkes nachvollziehbar vor.

Der theoretische Teil der Arbeit betrachtet das Informations(such)verhalten und die Informationsbedürfnisse in der heutigen Mediumumgebung im Allgemeinen und spezifischer den Untersuchungsgegenstand Online-Suchmaschine, dessen Nutzung, Inhalte und kommunikationswissenschaftliche Verortung. Es folgt der zentrale theoretische Punkt der Arbeit, die theoretischen Zugänge zur selektiven Zuwendung zu Suchmaschinenelementen. Schritt für Schritt wird der Forschungsstand zu relevanten Einflussfaktoren auf die Selektionsentscheidung auf SERPs systematisch reflektiert.

Unkel formuliert dann das spezifische Forschungsinteresse des Werkes aus, indem er zunächst die Ergebnisse von drei eigenen empirischen und relevanten Vorstudien vorstellt und dann zusammen mit den theoretischen Ausführungen in ein Modell zur Selektion von Suchresultaten überführt. Dieses Modell beschreibt die Selektionsentscheidungen durch drei übergeordnete Motivationen für die Informationssuche: (1) die Motivation, glaubwürdige Informationen zu erhalten, (2) die Motivation, bequem an Informationen zu gelangen, (3) sowie die Motivation, bestehende Überzeugungen zu bestätigen. Die Motivationen werden in der Studie selbst zwar nicht experimentell variiert, aber aus den empirischen Ergebnissen interpretiert. Das Modell fokussiert auf die Wirkung verschiedener Personen- und Medienmerkmale im Suchprozess – das ist dessen Stärke. Die im Theorieteil bereits beschriebenen und etablierten Modelle und Frameworks der Medienselektionsforschung, Informationswissenschaft und spezifisch zur Selektion von Suchresultaten (S. 117f.), bspw. das MAIN-Modell (Sundar, 2008), zeigen mitunter schon evidenzgesichert, welche Teile/Cues eines Suchresultates und Personenmerkmale relevant für die Selektionsentscheidungen sein können; diese hätten eingehender bei der Entwicklung des Modells diskutiert werden können.

Aus dem erstellten Prozessmodell und theoretischen Überlegungen wurden die Forschungsfragen und Hypothesen für die empirische Untersuchung begründet. So wird u. a. nach Personenmerkmalen (thematisches Vorwissen, politisches Interesse & Suchmaschinen-nutzung) und Faktoren der Suchresultate (Ranking, Quellenreputation, Aktualität & Voreinstellungskonsistenz) gefragt, welche die abhängigen Variablen, die zugeschriebene Glaubwürdigkeit, die tatsächliche Selektion, die Verweil-

dauer auf Suchresultaten und Zielseiten sowie den Sucherfolg, beeinflussen können.

Forschungsdesign und Methodenwahl der empirischen Untersuchung werden eingehend begründet. Insgesamt wurden 1187 Personen des SoSci-Survey-Panels gebeten, sich anhand einer voreingestellten SERP mit zwölf künstlich generierten Suchresultaten zu einem politischen Thema zu informieren. Das Forschungsinteresse galt insbesondere dem Einfluss der systematisch variierten Faktoren der Suchresultate auf die abhängigen Variablen. Alle relevanten Selektionshandlungen (Auswahl, Verweildauer, Mastracking) konnten mittels eines eigens erstellten Analysetools automatisch erfasst werden.

Gar nicht genug positiv hervorheben kann ich die Entwicklung und Open-Access-Bereitstellung dieses Tools für die kommunikationswissenschaftliche Forschung zur Durchführung von weiteren Online-Selektionsexperimenten. Das Hauptziel der empirischen Online-Untersuchung, mittels eines Experimentalsettings die Suchresultat-Merkmale systematisch zu variieren, konnte kontrolliert verfolgt werden.

Drei Anmerkungen dazu: (1) Die künstliche Auswahlssituation (bspw. keine Formulierung eigener Suchanfragen), das künstliche Stimulusmaterial (SERP, Suchresultate & Zielseiten), die Zeitbeschränkung und Auswahlrestriktion (max. 12) gehen zwar auf Kosten der externen Validität der Untersuchungserkenntnisse. Aber die automatisierte und unaufdringliche Online-Beobachtung der Selektion mit einer vor- und nachgeschalteten Befragung stellt eine adäquate und innovative Methodenkombination zur Beantwortung der Forschungsfragen dar.

(2) Leider wurden in der Befragung die zentrale Variable Glaubwürdigkeit nicht als Konstrukt und die individuelle/n (übergeordnete/n) Motivation/en nicht direkt abgefragt. Nur auf interpretativer Basis wurden Rückschlüsse auf die Motivationen der Informationssuche gezogen. Zukünftige Studien können hier ansetzen und diese Motivationen auch empirisch fruchtbar machen sowie experimentell manipulieren, um das von Unkel aufgestellte Modell weiter zu validieren.

(3) Die Wahrnehmung, als eine zentrale Variable des Werkes, wird durch die Bewertung von Suchresultaten und Glaubwürdigkeitszuschreibungen erhoben; Eye-Tracking wäre hier eine ergänzende Methode, um die wahrnehmungsbezogenen Erkenntnisse der Studie in zukünftigen Untersuchungen zu sichern.

Die Auswertungsstrategie der Untersuchung wurde von Unkel vorbildhaft online und öffentlich präregistriert. Alle Datensätze, Unter-

suchungsinstrumente und Auswertungsskripte der Analysen der Untersuchung können zudem online frei heruntergeladen werden. Die Ergebnisse der empirischen Hauptstudie präsentiert der Autor versiert, gewissenhaft und muster-gültig. Die Darstellung folgt übersichtlich dem Ablauf des Suchprozesses.

Insgesamt unterstreichen die Ergebnisse vorherige Studien, die zeigen, dass das Ranking stärkster Einflussfaktor auf die Selektionsentscheidungen ist und dass den ProbandInnen vor allem daran gelegen war, schnell und einfach an Informationen zu gelangen. Weniger konsistent zu den theoretischen Vorüberlegungen lassen sich die Ergebnisse für die meisten Personenmerkmale und die Einflussfaktoren „Aktualität“ und „Einstellungskonsistenz“ interpretieren. Zukünftigen Forschungsbedarf legen hier gerade die nicht bestätigten Hypothesen der Arbeit offen. Insgesamt, so schlussfolgert Unkel, scheint das Selektionsverhalten bei der Suchmaschinennutzung stark von individuellen und situativen Suchstrategien und Glaubwürdigkeitszuschreibungen abhängig zu sein, die in keinem Zusammenhang mit den betrachteten Personenmerkmalen stehen.

Die Arbeit stellt sich am Ende nur kurz der normativen Diskussion um die Verantwortung des Suchmaschinen-Quasimonopolisten Google oder der Medienpädagogik. Die Diskussion der (zukünftigen) Gefahren der rankingabhängigen Suchresultatselektion zur (politischen) Wissens- und Meinungsbildung hätten sogar noch ausführlicher (normativer) ausgeführt werden können.

Das Buch bietet einen systematischen Überblick über die aktuellen theoretischen Zugänge, Modelle und Theorien zur Untersuchung von Informations(such)verhalten und Selektionsentscheidungen auf SERPs sowie den aktuellen Forschungsstand zu relevanten Einflussfaktoren, welche eingehend reflektiert, diskutiert und z. T. auch empirisch überprüft werden. Darin und in der vorbildhaften Methodenarbeit, Berechnung, Auswertung und Ergebnisdarstellung der empirischen Untersuchung liegt der wertvolle Beitrag, den dieses Buch für die kommunikationswissenschaftliche Selektions- und Rezeptionsforschung und auch Methodenbildung erbringt.

Sabrina Heike Kessler

Literatur

Sundar, S. S. (2008), The MAIN model: A Heuristic Approach to Understanding Technology Effects on Credibility. In M. J. Metzger & A. J. Flanagin (Hrsg.), *Digital Media, Youth, and Credibility* (S. 73–100). Cambridge, MA: The MIT Press.

Shoshana Zuboff

The Age of Surveillance Capitalism

The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power

New York: Public Affairs, 2019. – 704 S.

ISBN 978-1-1610395694

Sie stehen frühmorgens auf, öffnen die Jalousien. Die Sonne scheint Ihnen ins Gesicht. Sie frühstücken schnell, weil Sie um 7:45 Uhr auf dem Weg zur Arbeit sein müssen. Sie wollen um 17:00 Uhr zurück sein. Was Sie planen, weiß ein Gerät in Ihrer Wohnung schon im Voraus. *Nest Thermostat* wurde 2011 von den *Nest Labs*, später eine Tochtergesellschaft von Alphabet, auf den Markt gebracht. Wenn Sie dieses Gerät gerade mal eine Woche lang zuhause haben, lernt es Ihr Verhalten und Ihre tägliche Routine und passt Ihre Umgebung automatisch daran. Ein solches *Smarthome* ist ein Einfallstor in Zuboffs *Surveillance Capitalism*, der umfassenden Kommerzialisierung von persönlichen Informationen und Daten.

Shoshana Zuboff, Professorin an der Harvard Business School, beschreibt zunächst den Weg von der ersten zur dritten Modernität und eröffnet das Buch mit einer Frage aus den 1980er Jahren: „Werden wir für kluge Maschinen arbeiten oder werden wir kluge Menschen für die Maschine haben?“

Entstanden sei der Überwachungskapitalismus in den USA, im Silicon Valley, und *Google* sei der Pionier. *Facebook*, *Microsoft*, *Amazon* und *Apple* folgten. Überwachungskapitalismus sei etwas noch nie Dagewesenes, folge aber den Bewegungsgesetzen der wirtschaftlichen Notwendigkeit, des Machtaufbaus und den Prinzipien der sozialen Ordnung. Zuboff gibt zu bedenken, dass Technologie nie schuld an einem Dilemma sei – was uns *Google & Co.* glauben machen wollen –, vielmehr stelle sich die Frage, welche Interessen dahinterliegen. Technologie sei immer Ausdruck für andere Interessen, meist für Kapital, aber in diesem Fall für den Überwachungskapitalismus.

Ein relevanter und geradezu systemimmanenter Wesenszug des Überwachungskapitalismus sei Ungleichheit. Zuboff arbeitet diese Ungleichheit entlang der historischen Entwicklung des Überwachungskapitalismus präzise heraus. Wissensteilung als Weiterentwicklung der Informationsgesellschaft führt dabei zu einem System von (privaten) Herrschern und Beherrschten. Den Weg dorthin beschreibt Zuboff anhand der folgenden Entwicklungen:

Erstens, eine Art Symbiose zwischen Staat und Überwachungskapitalisten. Die Ausbreitung des Überwachungskapitalismus wird von

zwei gesellschaftlichen Entwicklungen getragen: Dem Abbau staatlicher Regulierung befeuert durch eine konservativ-libertäre Agenda einerseits und der Ausweitung staatlicher Überwachung infolge des 11. Septembers 2001 andererseits. Überwachungskapitalisten und Politik hätten sich verbrüdet. Die Politik erkannte früh den Nutzen der Verwertung von Verhaltensdaten und ließ sich auf eine (ungleiche) Partnerschaft mit den Überwachungskapitalisten ein.

Zweitens die Monopolisierung der Nachschubwege, ein inhärent kapitalistisches Prinzip. Überwachungskapitalisten folgen einem systemimmanenten Extraktionsimperativ. Dieser besagt, dass alle abschöpfbaren Verhaltensdaten auch tatsächlich abgeschöpft werden. Dazu sei eine ständige Ausweitung des Territoriums erforderlich, in dem Verhaltensdaten extrahiert werden können. Die Expansion folge einem immer gleichen Muster: Zuboff nennt dies den Enteignungszyklus, der sich in vier Phasen gliedert: Übergriff, Gewöhnung, Anpassung und Neuausrichtung. Den Enteignungszyklus illustriert sie anhand der Markteinführung von *Google Maps* bzw. *Google Glass*.

In weiterer Folge geht sie auf die sogenannte *Wissensteilung* ein, die im Überwachungskapitalismus zum dominanten Prinzip der Gesellschaft wird. Sie spricht vom „Problem der zwei Texte“. Beim ersten Text haben die User Schreib- und Leserechte, sie bestimmen, was geschrieben wird. Der zweite Text bildet den Schatten des ersten Textes, hier gilt das Prinzip „read only“ durch die Überwachungskapitalisten. Die Wissensteilung führt demnach zu einer gewaltigen Konzentration und damit zu einer Asymmetrie von Wissen und Macht.

Die Akkumulation privater Daten in den Händen der Überwachungskapitalisten bedroht die Autonomie des Individuums. Und zwar insofern, als private Informationen dazu verwendet werden, Verhaltensnormen durchzusetzen.

Das Ziel der Überwachungskapitalisten sei die Entwicklung von Produkten, welche das Verhalten von Menschen mit einem hohen Grad an Genauigkeit vorhersagen. Dieses Ziel bezeichnet sie als *Vorhersage-Imperativ*. Überwachungskapitalisten postulieren eine Ideologie der Unvermeidbarkeit der Technisierung und argumentieren, dass es daher nicht sinnvoll sei, sich gegen diese Entwicklung zur Wehr zu setzen. Die Allgegenwart von Technologien, welche menschliche Erfahrungen in Verhaltensdaten übersetzen, wird in intimen Räumen für uns normal werden. Zuboff schreibt, dass

die Intimität gefährdet, wenn nicht bereits eliminiert ist.

In den vergangenen Jahren wurde an der Perfektionierung einer Technologie zur Analyse unserer Emotionen gearbeitet. Mithilfe dieser Software können beispielsweise Vorhersagen darüber getroffen werden, was wir als Nächstes kaufen werden und wann der beste Moment ist, uns mit einer bestimmten Werbung zu konfrontieren. Folglich geht es nun nicht mehr nur darum, Verhalten vorherzusagen, sondern auch darum, Verhalten zu modifizieren und uns zu manipulieren.

Die gegenwärtige Phase des *Vorhersage-Imperativs* ist durch Handlungsvorteile gekennzeichnet. Die Vervollständigung der Mittel zur Verhaltensmodifikation soll auf der Grundlage von drei Ansätzen gelingen: *Abstimmung*, *Herdenbildung* und *Konditionierung* (S. 293–299). Für Zuboff veranschaulichen Facebook-Experimente (abstimmungsbezogene Botschaften; emotionale Ansteckung) und *Pokémon Go* (Gamification; gesponserte Standorte), wie Überwachungskapitalisten ihr Recht erklären, Verhaltensweisen zu Gewinnzwecken zu ändern und das menschliche Bewusstsein und die Selbstbestimmung zu unterlaufen. In diesem Sinne sei unsere Fähigkeit gefährdet, die Zukunft zu gestalten. Innerhalb des *Vorhersage-Imperatives* lautet die Schlussfolgerung: Nicht die Automatisierung des Informationsflusses über Menschen, sondern die Automatisierung der Menschen selbst ist das Ziel.

Im letzten Teil des Buches beschäftigt sich Zuboff mit der Frage, welche Gesellschaft bzw. Zivilisation dieser Überwachungskapitalismus befördert. Dabei unterscheidet sie *Totalitarismus* von *Instrumentarismus* und argumentiert, dass Letzteres den Überwachungskapitalismus besser darstellen würde. Während der Totalitarismus noch versucht, die Menschen zu überzeugen, so genügt dem Überwachungskapitalismus Menschen ohne freien Willen und Selbstbestimmung. Dies steht mit B. F. Skinners „Radikalem Behaviorismus“ und seinem Verständnis der Menschen als bloße Organismen in Einklang. Freiheit sei eine Illusion, die sich aus mangelndem Wissen ergebe. Unser Verhalten werde von der Umwelt bestimmt. So postuliert Skinner eine Art „Technik des Verhaltens“, die laut Zuboff vom Überwachungskapitalismus geliefert werde. Allerdings schränkt sie ein, dass nicht die technischen Geräte der Meister selbst seien, sondern der Apparat, den die Überwachungskapitalisten einsetzen, um instrumentelle Macht zu erlangen.

In Ihrer Schlussfolgerung stellt Zuboff die Frage, ob Überwachungskapitalismus eigentlich noch als Kapitalismus betrachtet werden kann. Eine ihrer Antworten lautet, dass für den Überwachungskapitalismus die Grundbedingung, wonach sich die Freiheit der Märkte aus der Unvollständigkeit der verfügbaren Informationen rechtfertige, nicht mehr gültig sei. Durch das umfassende Netz der Datenerhebung hätten diese Unternehmen mittlerweile genug Informationen, um Nachfrage steuern zu können. Durch die gleichzeitige Freiheit von jeglicher regulierenden Beschränkung könne der Überwachungskapitalismus enorme gesellschaftliche Macht entwickeln.

Zudem löse der Überwachungskapitalismus den bisher bestehenden sozialen Vertrag mit der Gesellschaft auf. Der Überwachungskapitalismus baue nicht mehr auf einer breiten Beziehung zu Konsumenten auf und brauche die Gesellschaft kaum noch für den Nachschub an Arbeitskräften, da für den Betrieb nur noch wenige Spezialisten notwendig seien.

Für Zuboff ist Überwachungskapitalismus letztlich ein Angriff auf die Demokratie und führe in ein umfassend gesteuertes System der Ausbeutung der Menschen. Letztlich könne nur demokratischer Widerstand zu einer Umkehr führen.

Das Buch kommt zur rechten Zeit. Zuboff legt den Finger gekonnt und kenntnisreich in eine schwärende Wunde der modernen Zivilisation. Der mit dem Begriff des Überwachungskapitalismus eigentlich unzureichend beschriebene Prozess der Datafizierung aller Lebensbereiche stellt eine enorme politische Herausforderung im 21. Jahrhundert dar.

Bei der Lektüre dieses eminent wichtigen Buches entsteht durch die detaillierten Analysen genau jener Eindruck, den Zuboff eigentlich vermeiden will: das beklemmende Gefühl der Unentrinnbarkeit. Trotz aller Relevanz und Dringlichkeit, die Machenschaften des Überwachungskapitalismus freizulegen, überbetont das gezeichnete Bild dessen Rolle im gesamtwirtschaftlichen Kontext. Der Überwachungskapitalismus bleibt in der Vermarktung menschlichen Verhaltens immer noch an einen produzierenden Güter- und Dienstleistungskapitalismus gebunden und damit auch an eine „Materialität“ menschlicher Bedürfnisse, die sich abseits digitaler Services vollzieht.

Josef Trappel, unter Mitarbeit von Evelyn Heinzl, Rudi Hemetsberger, Roland Holzinger, Ines Obermair und Tales Tomaz