

Besprechungen

Lutz Anderie

Games Industry Management

Gründung, Strategie und Leadership –
Theoretische Grundlagen

Berlin/Heidelberg: Springer Gabler, 2016. –
276 S.

ISBN 978-3-662-49424-0

Unternehmensexperte Dr. Lutz Anderie erläutert in „Games Industry Management“ die betriebswirtschaftlichen Grundlagen der Games-Entwicklung und des Games-Publishing. Ausgangspunkt des Autors ist die Beobachtung, dass Spiele-Entwicklung schon längst kein Ein-Mann-Hobbygeschäft mehr ist, sondern ein hartes Business, in dem es nur die wenigsten Games und Studios schaffen, wirtschaftlich erfolgreich zu sein. Die Qualität des Spiels ist dabei nur einer der mitspielenden Faktoren.

Das Buch wendet sich an Studierende, Unternehmensgründer, Manager und Investoren der Games-Branche und hat zum Zweck, ihnen einen umfassenden Überblick über das notwendige Rüstzeug zu liefern. Allerdings impliziert die Schnelllebigkeit der Games-Branche, dass solches Rüstzeug sich keineswegs nur auf bestimmte, derzeit erfolgreiche Praktiken oder beliebte Plattformen beziehen kann. Vielmehr sollte man über ein Allgemeinwissen verfügen, das man flexibel auf die dynamischen Bedingungen der Industrie anwenden kann. Deswegen widmet sich Anderie den wichtigsten Grundlagen der Unternehmensgründung und der Betriebswirtschaftslehre, von der Erklärung der BWL-Kernbegriffe über Markenrecht bis zur Gründerpersönlichkeit. Er führt somit den Leser durch die verschiedenen Schritte der Unternehmensgründung in der deutschen Games-Branche.

In der Einführung erläutert er die verschiedenen Gründungs- und Finanzierungsarten. Insbesondere positiv für Gründer in der Games-Branche sind dabei die niedrigen Eintrittsbarrieren, beispielsweise durch Finanzierungsmöglichkeiten mithilfe von Crowdfunding, und die Tatsache, dass heute Games relativ einfach zu entwickeln sind, vor allem im mobilen Bereich. Es gibt allerdings auch Herausforderungen, die hauptsächlich mit dem hochdynamischen Charakter der Branche zusammenhängen, wie etwa schwierig vorhersehbare Kosten und sich schnell ändernde Vermarktungsmodelle.

Das zweite Kapitel behandelt die branchenrelevanten Teildisziplinen der Betriebswirtschaftslehre, wie zum Beispiel „Marketing und Betrieb“, „Personalwirtschaft“ und „Unternehmensführung“, während Kapitel 3 kurz die wichtigsten im Buch verwendeten Begriffe definiert. Ab 4. Kapitel steigt Anderie wieder inhaltlich ein, indem er sich der Unternehmensgründung und -führung in der Games-Branche widmet. Neben guten Ideen und Leidenschaft, die meist bei Games-Gründern durchaus vorhanden sind, sind auch Finanzierung und Know-how in der Produktentwicklung bei der Gründung unverzichtbar. In der polyolistischen Marktstruktur des Games-Sektors – d. h. viele Anbieter und viele Nachfrager – gilt es, Top-Produkte zu entwickeln und zeitnah auf Änderungen zu reagieren. Ferner gibt Anderie praktische Hinweise für das Erstellen eines Business-Plans und das Pitchen einer Idee.

Unternehmensstrategien und Unternehmenswachstum werden im 5. Kapitel, dem weitaus umfangreichstem Abschnitt, besprochen. Hier bezeichnet Anderie nochmals die Schnelllebigkeit der Branche als einen erschwerenden Faktor bei der langfristigen Planung. Ein gut durchdachtes Games-Portfolio sowie eine gründliche Markt- und Wettbewerbsanalyse können allerdings helfen, die langfristige Strategie des Unternehmens zu gestalten. Im Übrigen präsentiert Anderie viele Zahlen des deutschen Games-Marktes und setzt sich ausführlich mit unterschiedlichen Arten von Preissetzung, Monetarisierung und Finanzierung auseinander. Kapitel 6 widmet sich dem Begriff „Leadership“ in der Games-Branche, spricht aber neben Führungsstilen und -fähigkeiten auch die besonderen Herausforderungen für Frauen im Sektor an. Schließlich hat Kapitel 7 „Erfolg, Misserfolg und Comeback“ zum Thema, welche laut Anderie in der Games-Branche dicht beieinanderliegen. Anderie schließt als Fazit seines Buches, dass die Games-Branche einer der spannendsten Gründungsbereiche ist und trotz des unvorhersehbaren, überfluteten Marktes die Chancen die Risiken bei weitem überwiegen – vor allem, wenn man es schafft, durch richtige Strategien, Leadership sowie professionelles Management nachhaltiges Unternehmenswachstum zu generieren.

Insgesamt bietet „Games Industry Management“ einen guten Einstieg in die deutsche Games-Branche, indem es die relevanten aktuellen Themen ausführlich behandelt und diese außerdem mit hilfreichen Fallbeispielen illustriert und um praktische Checklisten ergänzt. Vor allem die Ausschnitte aus Pressemeldungen der vergangenen Jahre, die sich oft auf in der

Öffentlichkeit bekannte Spiele und Firmen beziehen, bieten eine hilfreiche Konkretisierung zu den wirtschaftlichen Themen. Anderie scheint hier durchaus zu berücksichtigen, dass sich die Affinität zu BWL bei vielen Games-Gründern in Grenzen hält. Zwischen den allgemeineren Passagen gibt es außerdem aussagekräftigere Stellen, in denen Anderie beispielsweise erklärt, durch welche Gegebenheiten Start-Ups in der deutschen Games-Branche oft chronisch unterfinanziert sind, oder warum er Neueinsteigern sowie etablierten Unternehmern abrät, ihre Spiele mit dem free-to-play-Geschäftsmodell zu veröffentlichen.

Als wissenschaftliche Quelle ist „Games Industry Management“ allerdings nur begrenzt geeignet, u. a. wegen der manchmal etwas beliebig wirkenden Auswahl der Quellen. So sind bestimmte Quellen, wie etwa die SRH Hochschule Heidelberg und der amerikanische Silicon Valley-Investor Peter Thiel, ein wenig überrepräsentiert. Auch oszilliert der Inhalt zwischen allgemeinen Kenntnissen aus der BWL und bewertenden Aussagen über den Games-Sektor, der Zweck des Buches – praktisches Einstiegslektüre oder kritische Branchen-Analyse – bleibt daher teilweise unklar.

Lies van Roessel

Thomas Birkner (Hrsg.)

Medienkanzler

Politische Kommunikation in der Kanzlerdemokratie

Wiesbaden: Springer VS, 2016. – 306 S.

ISBN 978-3-658-07599-6

„Medienkanzler“ waren sie alle, die sieben Regierungschefs und die eine Chefin in bald 70 Jahren Bundesrepublik, freilich in unterschiedlicher Weise. Diese Unterschiedlichkeit herauszuarbeiten, auch Gemeinsamkeiten zu erkennen, ist das Kernanliegen des Münsteraner Kommunikationswissenschaftlers Thomas Birkner und seines Autorenteam. Konkret geht es ihnen darum, „den jeweiligen Kanzler, die Kanzlerin, in ihrer eigenen Persönlichkeit, den institutionellen Voraussetzungen und dem wandelnden Mediensystem zu porträtieren“ (S. 2). Dafür arbeiten sie kaum mit Quellen; sie haben keine Inhaltsanalysen etwa zum Image der Kanzler in verschiedenen Medien durchgeführt, in der Regel keine Archivalien, amtliche Protokolle oder Aufzeichnungen der Protagonisten ausgewertet (allein der Beitrag über Helmut Schmidt, verfasst von Birkner selbst, beruht insbesondere auf zwei 2011 geführten

Interviews mit dem Altkanzler und umfanglichen Auswertungen von Dokumenten aus dessen Privatarchiv). Vielmehr bietet der Band eine Art deskriptiv-analytischer Forschungssynopse, eine Auswertung eben der sorgfältig rezipierten Sekundärliteratur. Die 19 Autorinnen und Autoren um Birkner sind auch keine bereits ausgewiesenen Experten, vielmehr Studierende: Der Reader ist das Endprodukt eines Seminars, ein ambitioniertes Lehrprojekt also, das Hochachtung verdient.

Hintergrundfolie der vergleichenden Vorstellung der acht „Medienkanzlerschaften“ ist der Prozess der Medialisierung. Kern des Analyseschemas bilden vier Phasen der Medialisierung nach einem Modell von Jesper Strömbäck – ausgehend von einer (historisch noch im 19. Jahrhundert wurzelnden) hohen Abhängigkeit der Medien von der Politik über einen Bedeutungszuwachs der Medienlogik auch in politischen Prozessen und einem wachsenden „Kräftemessen“ beider Subsysteme, schließlich hin zu einer immer stärkeren Anpassung des Handelns der politischen Akteure an Medienerwartungen und endlich der weitreichenden Perzeption der Medienrealität und Adaption der Medienlogiken durch die Politik als dominanter Aktionsrahmen. Zentrale theoretische Positionen werden in einem Einführungskapitel von Philip Hurzmeier und Dominique da Silva prägnant und verständlich (wenn auch teils recht abstrakt bleibend) vermittelt.

In den weiteren Beiträgen werden bei jedem Kanzler einzeln in chronologischer Folge zunächst sehr knapp Informationen zur Entwicklung des Mediensystems in der jeweiligen Regierungszeit geboten, für die acht Schmidt-Jahre gar – überaus kursorisch – nur in einem Absatz (mit der falschen Festlegung, Michel- und Günther-Kommission seien „in seine Amtszeit“ gefallen, S. 154). Anschließend wird die „mediale Sozialisation“ der acht Politiker dargestellt, im Wesentlichen also ihre Medienerfahrungen vor der Kanzlerschaft, dann der Umgang mit den Journalisten während der Regierungszeit beleuchtet und die Versuche, dabei gestaltend auf die Medienlandschaft einzuwirken. Gleichzeitig wird auch immer die Frage behandelt, ob die Protagonisten als „starke Kanzler“ einzuschätzen seien. Abschließend erfolgen klare (unterschiedlich ausführliche) Einordnungen des Kanzlerhandelns eben hinsichtlich der Medialisierungstendenzen.

Dieses Grundgerüst erweist sich als tragfähig, der Band liefert so auch manchen komparatistischen Ertrag. Deutlich wird etwa, dass nur der Begriff „Negative Campaigning“ neu ist, die Strategie aber, politische Gegner syste-

matisch ins Zwielficht zu rücken, in Wahlkämpfen mindestens seit den 1970er Jahren zur Anwendung kam, dass Imagebildung schon immer ein medienpolitisches Instrument in der Kanzlerdemokratie war und dass die Glaubwürdigkeit „der Medien“ auch früher schon keineswegs sakrosankt war.

Rund 40 Seiten sind jeder Kanzlerschaft gewidmet (nur den „Übergangskanzlern“ Erhard und Kiesinger deutlich weniger). Besonders gut gelingt die Darstellung bei Willy Brandt (zu dessen „Medienprofil“ auch besonders viel Literatur vorliegt), dessen Weg vom „Liebling der Medien“ hin zum Opfer von Diffamierungskampagnen, dessen wechselhaftes Verhältnis beispielsweise auch zur Springer-Presses gleichzeitig pointiert und anschaulich nachgezeichnet werden. Wohl differenzierend, das wechselnde Image des am längsten amtierenden Kanzlers klar einfängend, wird auch Helmut Kohls Verhältnis zu den Medien behandelt.

Nicht immer überzeugt die Gewichtung einzelner Aspekte – so etwa, wenn im Adenauer-Beitrag die (später, in den Texten zu Erhard und Schmidt etwas ausführlicher behandelte) Spiegel-Affäre nur in einem knappen Absatz, seine Fernsehpläne und die Auseinandersetzung um die Deutschland-Fernsehen GmbH gar nur in wenigen Zeilen angerissen werden.

Zentrale Gestalten in den Medien waren sie alle, die acht Protagonisten, Gestalter der Medienlandschaft nur einige. Alle waren (und sind) sie – bei aller Individualität – auch Produkte ihrer Zeit, Akteure, an denen sich der Prozess der Medialisierung fast idealtypisch nachzeichnen lässt oder zumindest manche Faktoren klar fokussieren lassen: Waren unter Adenauer die Medien noch weithin abhängig von der Politik und dem in seiner Kanzlerschaft aufgebauten Informationsapparat, der Versuch der Kontrolle und Steuerung „von oben“ noch sehr ausgeprägt, sahen sich seine beiden Unions-Amtsnachfolger zunehmend selbstbewussten Medienschaften gegenüber. Bei Brandt und Schmidt agierten, so Birkner, Politik und Medien dann „auf Augenhöhe“ (S. 304). Kohl habe hingegen versucht, „die Medien [...] so gut wie möglich zu ignorieren“ (ebd.), doch bewirkte das während seiner langen Kanzlerschaft eingeführte Privatfernsehen auch einen neuen Medialisierungsschub. In der Zeit des „Medienkanzlers“ Schröder setzte sich ein auf die Medien ausgerichteter Politikstil stärker durch; in den zunehmend digitalen Zeiten der Merkel-Ära können sich Politiker nun auch verstärkt direkt an das Wahlvolk wenden; das Kräftespiel zwischen Politik und Medien muss sich neu

austarieren. So einige der – teils überspitzten – Befunde im Schnelldurchlauf.

Bei den vielen Namensnennungen aus Politik und Journalismus wäre ein Register schön – und teils wäre etwas mehr Tiefgang wünschenswert. Sehr kurz fällt leider die resümierende (dreiseitige) „Schlussbetrachtung“ aus. Gleichwohl bietet der Birkner-Band insgesamt ein konzises Compendium der Kanzlerkommunikation.

Markus Behmer

Bernd Blöbaum (Hrsg.)

Trust and Communication in a Digitized World

Models and Concepts of Trust Research

Heidelberg: Springer International Publishing, 2016. – 251 S.

ISBN 978-3-319-28057-8

Haben Sie erst einmal den Namen der Rezensentin gesucht, bevor Sie diesen Text über Vertrauen und Kommunikation in der digitalen Welt lesen? Vertrauen Sie ihr? Verlassen Sie sich darauf, dass Sie Ihnen kompetent, integer und verständlich erklärt, was in diesem Buch steht? Nun, ich vertraue darauf, dass Sie mir Vertrauen schenken. Es ist ein Experiment, auf das sich beide Seiten einlassen müssen. Daran ändert sich auch in der digitalisierten Welt nichts.

Vertrauen ist zurzeit eines der großen Themen – in Deutschland, aber auch in anderen Ländern. Es geht dabei vor allem um das Vertrauen in der analogen politischen, ökonomischen und sozialen Welt, das aufgrund der Kommunikation über digitale Kanäle noch fragiler erscheint. Wie glaubwürdig sind Politiker wie der twitternde Donald Trump? Können wir den Medien vertrauen? Kann VW jemals wieder das Vertrauen der Kunden gewinnen? Mit Vertrauen in Mitmenschen, in Organisationen und gesellschaftliche Systeme in Vorleistung zu gehen, war lange vor den Diskussionen um „Lügenpresse“, „Filterblasen“, „Fake News“ und „alternative Fakten“ eine Herausforderung und keine Selbstverständlichkeit. Trotz seiner Bedeutung in der sozialen Welt stand dieses Thema allerdings bisher in der wissenschaftlichen Gemeinschaft eher im Hintergrund. Insofern gebührt den Kolleginnen rund um den Herausgeber Bernd Blöbaum sicherlich schon einmal per se die Anerkennung, dass sie das Nischen-dasein aufbrechen und ein Buch publizieren. Insofern ist das Eigenlob des Herausgebers, damit ein seltenes Phänomen in der Wissenschaft – nämlich die jahrelange intensive und interdisziplinäre Kooperation – gelebt und dokumen-

tiert zu haben, sicherlich angemessen. Die positive wie negative Kritik an dem Band erfolgt im Respekt davor.

In der englischsprachigen Dokumentation über das von der DFG geförderte Gesamtprojekt finden sich 14 Beiträge aus 20 Teilprojekten. Promovenden, Post-Docs und Professor(inn)en aus der Kommunikations- und Medienwissenschaft, der Psychologie, den Wirtschaftswissenschaften, der Sportwissenschaft und der Informatik (alle Universität Münster) bearbeiten die Frage, welche Faktoren den Aufbau und die Pflege vertrauensvoller Beziehungen sowohl zwischen Menschen, in und zu Organisationen und in Sozialsysteme beeinflussen. Die grundlegende These lautet: Vertrauenskrisen zeigen, dass (Vertrauens-)Beziehungen in der digitalisierten Welt (noch) fragiler werden. Das Internet birgt allerdings nicht nur Risiken, sondern auch Chancen.

Bevor es an die inhaltliche Kritik geht, zunächst ein paar grundsätzliche Anmerkungen: Die Interdisziplinarität des Bandes zeigt sich nur in der (quantitativen) Sammlung verschiedener Beiträge. Der qualitative Aspekt des Austausches, des Aufeinander-Beziehens und des Voneinander-Lernens ist nicht erkennbar, beispielweise mit Verweisen oder gar dem Aufgreifen der Gedanken anderer Beiträge dieses Bandes. Spannend wäre beispielweise eine (transkribierte) Diskussion unter Vertretern unterschiedlicher Disziplinen gewesen; sie hätte die Unterschiede und Gemeinsamkeiten herausarbeiten können. Leider fehlen Autorenangaben; so lässt sich nur am Titel und am Text selbst erraten, aus welchem Fach die Autorinnen stammen könnten.

Ein Blick in die Literaturverzeichnisse offenbart, dass nur auf einige wenige sozialwissenschaftliche Denkmodelle Bezug genommen wird, allen voran das von Niklas Luhmann; einige deutschsprachige Veröffentlichungen werden gar nicht berücksichtigt. Die Bibel aller Autor(inn)en jedoch ist offensichtlich der Beitrag von Roger C. Mayer u. a. (*An Integrative Model of Organizational Trust*. In: *Academy of Management Review* 1995, 20(3), 709-734); mit einer Ausnahme wird er von allen zitiert. Auch das Alter der verwendeten Quellen ist bemerkenswert. Möglicherweise ist die (Nicht-)Aktualität der Tatsache geschuldet, dass die Produktion eines englischsprachigen Bandes von Nicht-Muttersprachlern noch länger dauert als die eines deutschsprachigen.

Bernd Blöbaum sowie Anil Kunnell und Thorsten Quandt steuern zwei grundlegende Artikel bei (auf die sich aber die anderen Autor[inn]en nicht beziehen). Blöbaum fasst den

State-of-the-Art der deutschen Medienwissenschaft bzw. Journalistik zusammen: „Digitalization is changing media as objects of trust.“ (S. 21) Neben den traditionellen existieren neue Medienangebote, die auch das journalistische Arbeiten verändern: Sowohl die Personen als auch die Tätigkeiten und Ergebnisse journalistischer Produktion sind transparenter, erreichen über weitere Kanäle eine breitere Öffentlichkeit – eine Chance für Vertrauen in Medien und Journalismus. Kunnell und Quandt entwerfen ein viel grundlegenderes theoretisches Modell über medienbasierte Vertrauensverhältnisse zwischen sozialen Akteuren. Sie erörtern deren Komplexität bzw. Multidimensionalität und skizzieren daraus eine Typologie (S. 35). Ihr Fazit: Die Basismechanismen der analogen und digitalen Vertrauenskonstruktion sind ähnlich, aber die Unterschiedlichkeit liegt in der interaktionalen, öffentlichen und netzbasierten Präsenz. In den weiteren medienwissenschaftlichen Beiträgen werden soziodemografische, personelle und situative Aspekte der Online-Kommunikatoren oder das Vertrauen in Quellen medialer Kommunikation fokussiert.

Mit Blick auf die Entwicklungen der digitalen Arbeitswelt werden sowohl die Effekte auf Organisationen, die Beziehungen zwischen Führungsebene und Mitarbeitern als auch die Glaubwürdigkeit von elektronischen Plattformen für Abstimmungen und Verhandlungen thematisiert. Besonders zu erwähnen sind die Texte über „Trust in Science and Science in Trust“ sowie „Trust Processes in Sport in the Context of Doping“. Aber gerade diese Beiträge zeigen wiederum die Grundproblematik des Bandes: Die Autor[inn]en skizzieren erst einmal das grundlegende (traditionelle) Verständnis von Vertrauen, bevor sie in der zweiten Hälfte ein konkreteres Konzept entwickeln. Die aktuelle politische Dimension (z. B. Staatsdopingvorwurf gegen Russland; Diskussionen über Energiewende und Klimawandel) wird nicht berücksichtigt. Keine Rolle spielen empirische Studien, die versuchen, den jeweiligen theoretischen Ansatz mit Daten zu illustrieren und zu belegen. Somit endet fast jeder Beitrag da, wo er eigentlich beginnen sollte: bei den spannenden Fragen.

Beatrice Dernbach

Matthias Karmasin

Die Mediatisierung der Gesellschaft und ihre Paradoxien

Wien: facultas Verlag, 2016 – 208 S.

ISBN 978-3-7089-1329-2

Nicht ohne Grund rückte das Konzept der Mediatisierung zunehmend in das Zentrum des kommunikationswissenschaftlichen Denkens: Es versteht die fortschreitende Durchdringung der Gesellschaft mit Medien und Kommunikationstechnologien als einen Metaprozess und thematisiert die damit verbundenen Transformationen des medialen und sozialen Wandels sowohl auf individueller wie auch gesellschaftlicher Ebene. Wesentlich vorangetrieben durch die Digitalisierung und die davon in Gang gesetzten Konvergenzprozesse auf technischer wie lebensweltlicher Ebene, wir einen umfassenden Mediatisierungsschub, der nicht nur zu Entgrenzungspänomenen in den unterschiedlichen sozialen Feldern führt, sondern auch die Kommunikationswissenschaft selbst herausfordert, über die Ränder ihrer angestammten Themenfelder hinauszudenken.

Die Analyse jener weitreichenden Transformationen, die als Prozesse der Mediatisierung beschrieben werden können und etwa im Bremer Forschungsprogramm der „Mediatisierten Welten“ zu einem Kristallisationspunkt der intellektuellen Auseinandersetzung wurden, sind auch für Karmasin der Startpunkt seiner Auseinandersetzung. Er bezieht sich auf das Konzept der Medienkultur als eine inzwischen hochgradig mediatisierte Kultur (vgl. Hepp 2013, 28) und begreift mit Krotz die alltäglichen Handlungsstrukturen als inzwischen tiefgreifend mediatisierte soziale Welten (vgl. Krotz/Despotovic 2014, 29). Der von Karmasin in der Folge eingeschlagene Analyseweg konzentriert sich auf die Heuristik des Paradoxes als ein „Weg der wissenschaftlichen Vernunftkritik“ (35). Demgemäß wird auch eine Theorie der Mediatisierung vorgeschlagen, „die sich an der Entfaltung und Kommunikation von Paradoxien als leitendem Prinzip orientiert“ (50). Solcherart fokussiert geht der Autor daran, die Komplexitäten und Widersprüchlichkeiten der Medienkulturen zu dechiffrieren und aus diesem Beobachtungsposten die vielfach wirksamen „Paradoxalitäten der Mediatisierung“ aufzuzeigen.

Mit einem sehr breiten und die unterschiedlichen Theorierichtungen „überwindenden“ Mediatisierungsbegriff werden entlang unterschiedlicher Kapitel die Paradoxien und Transformationsprozesse des Journalismus, der Me-

dienwirtschaft, der Politik und schließlich die des Individuums herausgearbeitet und bezogen auf die darin eingeschlossenen Widersprüchlichkeiten diskutiert. Erörtert werden diese – um mit den dort zitierten Autoren zu sprechen – vielfach im Duktus einer „rhetorisch-flotten Strategie der Verblüffung“ und im Stil einer „akademisch-intellektuellen Chiffre“ (Pörksen/Loosen/Scholl 2008, 19, 32). An vielen Stellen führt diese Strategie der Freilegung von Paradoxien der Mediatisierung über den Weg der „Anwendung der Systeme auf sich selbst“ (98) zu jenen Problemfeldern, deren Lösung heute oftmals nur noch in ihren Widersprüchlichkeiten bewältigbar erscheinen. Dazu zählen Phänomene wie die zunehmende „Elastizität der Medienwirklichkeiten“, in der keine Einheiten in der Gesellschaft mehr herstellbar sind (67). Damit einher gehen Orientierungsverluste, der abnehmende Glaube in die Aufklärungsleistung des Journalismus und Effekte der „Entleerung des öffentlichen Raums“, in dem Solidarität zum Zufallsprodukt wird. (122)

Am Ende steht trotz der vielfach aufgezeigten Widersprüchlichkeiten ein Plädoyer für eine Ethik, die sich – so das Argument – des „Paradoxes als Mittel der Aufklärung“ zu bedienen hätte, um einen Wechsel der Perspektive“ und des Verhaltens einzuleiten. Die Hoffnung legt Karmasin dabei immer wieder auf die Kraft der Organisationen, die im Rahmen gesellschaftlicher Strukturen im Modus einer „regulierten Selbstregulierung“ verpflichtet werden könnten, „Normkonflikte gemeinwohlerträglich“ für diese zu lösen. (183) Am Ende steht – der generellen Argumentationslinie folgend – der Appell, dass wir den Paradoxien trauen sollten, um uns mit Eigensinn und Widerständigkeit mit ihnen zu konfrontieren. Denn gerade das Aufzeigen von Paradoxien könne Spielräume öffnen und ethische Qualitäten freilegen. (188)

Insgesamt empfiehlt sich das 2004 unter dem Titel „Paradoxien der Medien – Studien zu den Widersprüchen technisch erzeugter Wirklichkeit“ erschienene und nunmehr für die zweite Auflage auch mit Fokus auf den Metaprozess der Mediatisierung überarbeitete Buch als anregende und thesenhaft gewinnbringende Lektüre. Das weniger im Format einer klassischen wissenschaftlichen Textsorte als vielmehr im Stil der intellektuellen Essayistik eines Public Intellectuals gehaltene Werk bringt immer wieder thesenhaft eine Reihe paradoxaler Entwicklungen – nicht selten auch in der sprachlich eleganten Form der begrifflichen Spiegelung – gekonnt zur Sprache. Nicht zuletzt dieser Stilistik und Textform geschuldet bleiben damit aber

auch Präzisionen, wie die eines differenzierten Mediatisierungsbegriffs, da und dort großzügig interpretiert. Es werden sowohl sozial-konstruktivistisch wie auch institutionell orientierte Ansätze argumentativ frei aufgenommen und in die Analyse integriert. Die Perspektive des Beobachters auf die Phänomene des medialen und gesellschaftlichen Wandels wird dabei vielfach in die Reflektion integriert und dient immer wieder auch als interpretatives Argument der Analyse.

Gegen Ende hin verdichtet sich der Fokus der Argumentation auf makro- bzw. meso-strukturelle Dimensionen – wie den Blick auf die Leistungsfähigkeit der Organisationen – womit individuelle Handlungstrukturen in den Hintergrund gedrängt zu werden drohen. Sie gelte es vermutlich mit ähnlich hoher Aufmerksamkeit zu adressieren, will man den Blick für das Ganze der gesellschaftlich sich manifestierenden Paradoxien nicht aus den Augen verlieren. Das Leben in einer heute weitgehend „elastischen“ Medienkultur stellt sich insgesamt damit als ein „Labyrinth ohne Ausgang“ dar.

Thomas Steinmaurer

Literatur

- Hepp, Andreas (2013): *Medienkultur. Die Kultur mediatisierter Welten*. 2., erweiterte Auflage. Wiesbaden: VS.
- Krotz, Friedrich/Despotovic, Cathrin (Hg.) (2014): *Die Mediatisierung sozialer Welten: Synergien empirischer Forschung*. Wiesbaden: VS.
- Pörksen, Bernhard/Loosen, Wiebke/Scholl, Armin (2008): Paradoxien des Journalismus. In: Pörksen, Bernhard/Loosen, Wiebke/Scholl, Armin (Hg.): *Paradoxien des Journalismus. Theorie – Empirie – Praxis*. Wiesbaden: VS, 17–37.

Kathrin Nieder-Steinheuer

Religiötainment

Eine konstruktivistische Grounded Theory christlicher Religion im fiktionalen Fernsehformat

Wiesbaden: Springer VS, 2016 – 372 S.

ISBN 978-3-658-14730-3

(Zugl.: Münster, Univ., Diss., 2015)

„Religiötainment“ – ein Begriff, der zwei häufig als gegensätzlich wahrgenommene gesellschaftliche Bereiche in sich verschmilzt: Religion, also quasi der Inbegriff des „Sakralen“, und Unterhaltung, quasi das Musterbeispiel des „Profanen“. Findet solche Unterhaltung dann auch

noch über das Massenmedium Fernsehen statt, so ist das „Religiöse“ konzeptuell scheinbar in unerreichbare Ferne gerückt.

Dass Religion im Unterhaltungsfernsehen dennoch eine große Rolle spielt, ist nichts Neues. Seit dem Aufkommen des Fernsehens beschäftigen sich Wissenschaftler*innen verschiedener Disziplinen mit diesem „Spannungsfeld“. Zwei Perspektiven auf das Verhältnis von Religion und Unterhaltungsmedien waren vorherrschend: Im Zuge der Säkularisierungsthese wurde das Konzept der „Medienreligion“ diskutiert, also die Frage, ob und inwiefern in einer immer stärker säkularisierten Gesellschaft Fernsehen oder moderne Massenmedien den Platz von Religion einnehmen würden – gefragt wurde beispielsweise danach, ob Fernsehen als Ritual im Alltag gesehen werden könne oder ob moderne Massenmedien der Kontingenzbewältigung dienen. Im Zuge der These von der „Rückkehr der Religion“ wurde die Präsenz und Inszenierung – und damit auch die Positionierung und der Deutungsanspruch – von Religion, hauptsächlich des Katholizismus, in massenmedialen Unterhaltungsprogrammen untersucht.

Beide Perspektiven arbeitet Nieder-Steinheuer auf, wobei sie auch die theologischen und normativen Implikationen, die in beiden Perspektiven auftauchen, aufzeigt. Sie selbst verortet sich außerhalb beider Diskussionen: Als nicht-normativ arbeitende Kommunikationswissenschaftlerin fragt sie weder nach der Bedeutung des Fernsehens *als* Religion noch nach der Bedeutung des Fernsehens *für* die Religion, sondern nach der „konkrete[n] Bedeutung der kulturellen Kategorie des ‚Christlichen‘“ im Unterhaltungsfernsehen als „erkennbarer, unterscheidbarer, relevanter und somit auch machtvoller Faktor gegenwärtiger Kultur“ (S. 1).

Wie bereits im Untertitel angekündigt, entwickelt die Autorin in ihrer Monographie anhand des theoretischen Samplings der klassischen GTM eine konstruktivistische Grounded Theory christlicher Religion im fiktionalen Fernsehformat.

Im Endeffekt umfasst das von ihr ausgewertete Material zwei Fallstudien: 1) 20 + 2 Folgen der ARD-Serie *Pfarrer Braun*, dazu sechs Expert*innen-Interviews von an der Produktion beteiligten Personen und 2) 6 *Tatort*-Filme, dazu vier Expert*innen-Interviews mit an der Produktion beteiligten Personen. Die Interviews wurden teilweise vor Ort und teilweise telefonisch geführt. In dem recht ausführlichen Kapitel zur Konzeption der Fallstudien und dem theoretischen Sampling stellt Nieder-

Steinheuer ihr Vorgehen sowohl bei der Auswahl der Daten als auch bei ihrer Analyse und Entwicklung der Grounded Theory reflektiert und nachvollziehbar dar.

Anhand des Materials entwickelt sie zwei theoretische Kategorien, in denen Christentum bzw. das Christliche verhandelt wird: 1) materiell-räumliche und geopolitische Differenzproduktion im Modus des Religiötainsments und 2) Normalitäts- und Normativitätsproduktion im Modus des Religiötainsments. In beiden Fällen geht sie bei der Entwicklung der Kategorien pro Fallbeispiel von den Expert*innen-Interviews aus und überprüft die dort gewonnenen Erkenntnisse jeweils an den Pfarrer Braun- und Tatort-Filmen. Dass die Konzepte nicht immer übereinstimmen, zeigt sich beispielsweise in der Konzeption von Kirchenräumen: Während auf der Seite der Produzent*innen die Möglichkeit der Umnutzung sakraler Räume selbstverständlich angenommen wird (indem z. B. eine evangelische Kirche mithilfe eines Beichtstuhls als katholische Kirche inszeniert wird), wird diese Möglichkeit in den Produkten nicht in Betracht gezogen oder sogar negiert.

Das recht schematische Vorgehen in der Analyse sorgt dafür, dass die Ergebnisse untereinander gut vergleichbar und klar abgegrenzt bleiben. Die Analysekapitel sind sehr gut lesbar und die Argumentation wird – gemäß der Methode – eng am Material gehalten und mit zahlreichen Beispielen illustriert.

Die letztendliche Verdichtung der Grounded Theory findet statt anhand der Leitdifferenz flexibel/statisch, die auf beide vorher verhandelten Kategorien angewandt wird. Niedersteinheuer stellt fest, dass in der Darstellung christlicher Religion im Unterhaltungsformat „Effekte kultureller Exklusion (sowie die jeweils komplementären Inklusionseffekte)“ erzeugt werden, und zwar auf drei Ebenen: „1. der Verortung von Gotteshäusern auf der nationalen Landkarte, 2. der Verortung religiös-weltanschaulicher Mehrheiten und Minderheiten sowie entsprechender Normalverteilungen auf der nationalen Landkarte und 3. der Verkörperung religiöser Normativität“ (S. 333). Hier ist beispielhaft besonders die Ebene der Verkörperung religiöser Normativität interessant: Die Grenzen des „flexibel-normalistisch angelegte[n] Normalfeld des Religiösen“ (S. 341) werden in beide Richtungen ins Extreme geschoben, in der einen Richtung ins extremistisch-streng Religiöse und in der anderen Richtung ins extrem flexible und damit Verschwinden des Religiösen. Da es sich bei beiden Fallbeispielen um Kriminalfilme handelt, ist es häufig der

Mörder, der diese Grenzen übertritt und der Mord also das Kennzeichen der Übertretung.

Insgesamt lässt sich die Monographie sehr gut lesen. Sowohl die Theorie- als auch die Analysekapitel sind reflektiert, dabei aber unterhaltsam und interessant geschrieben. Die ständige Rückbindung an das Material unterstützt die Nachvollziehbarkeit der Argumentation. Menschen, die Spaß an einer sauber durchgeführten Grounded Theory haben oder sich für den Themenkomplex Religion in fiktionalen Unterhaltungsformaten interessieren, sei dieses Buch sehr empfohlen.

Hannah Grüenthal

Henriette Pfaender

Vom Zuhörradio zum Begleitprogramm

Öffentlich-rechtlicher Kulturfunk in der Fast Food-Falle

Marburg: Tectum, 2016. – 225 S.

ISBN 978-3-8288-3757-7

Wo gibt es Kultur im Radio? Fast rund um die Uhr, so könnte man meinen, und dies bei speziellen, jeweils leicht regional getönten Kulturwellen der öffentlich-rechtlichen Sender, die damit ihrem gebührengestützten Programmauftrag entsprechen. Dass Redaktionen mit einem Füllhorn von Hörspielen, Lesungen, Opern- und Konzertübertragungen, von fachkundig moderierter klassischer und avantgardistischer Musik traditionell nur Minderheiten ansprechen, schreckte noch 1994, als der Medienwissenschaftler Knut Hickethier (1994: 108) „Tagesbegleitprogramme“ und „Kulturprogramme“ prägnant unterschied, die einschlägigen Planer nicht. Denn obwohl nicht von allen genutzt, so ein Grundsatz, blieb ja der Radio-Kulturzugang jedenfalls barrierefrei, auch für alle, die nur dann und wann einmal hereinhören.

Dieser idealtypische Entwurf zeitigte im Zuge verschiedener Konkretisierungen bekanntlich Rituale und Glanzpunkte, erlitt aber auch mehr und mehr Einbußen und Verluste. Diese bilanziert nun Henriette Pfaender in ihrer klugen Studie am Beispiel des Musikprogramms von MDR Kultur. Gründlich stellt sie dar, wie in der Auseinandersetzung mit Generationenabriss und sich wandelnden Hörgewohnheiten, in der Konkurrenz zu weiteren akustischen Medien, auf der Suche nach Kompromissen zwischen Programmanspruch und Hörerakzeptanz im Lauf der Zeit nicht nur favorisierte Sendungen verschwanden. Vielmehr wankten die Paradigmen. So fiel nicht nur mancher

Schwerpunkt, sondern überhaupt Schwieriges weg. Mit wachsender Kenntnis der Zielgruppe durch Media-Analyse schwand der Bildungselan der Programmgestalter. Statt Horizonte zu erweitern, blieben sie oft lieber auf dem ermittelten Stand der Hörer. Planvoll realisierten sie seit der Jahrtausendwende das Patentrezept, Kultur- und Tagesbegleitprogramm zu vermengen, indem sie sozusagen als „Kumpel“ (139) in vorausseilendem Konformismus Erwartungen bedienen.

Wie Ziel und Richtschnur nicht mehr primär Qualität ist, sondern Anpassung an Quotendruck, beobachtet und analysiert die 1988 geborene Autorin exemplarisch. Zentral vertieft sie sich dezidiert in das Musikangebot, für das sie Expertin ist, und dies als Musikwissenschaftlerin und engagierte Enthusiastin. Den Eindruck zunehmender Verflachung, den sie als enttäuschte Rezipientin und als Hörfunk-Praktikantin zunächst spontan und punktuell gewann, überprüft sie in der Studie systematisch. Das Musikprogramm von MDR Kultur verfolgt sie im Laufe der Reformen von 1992 bis 2015 und vergleicht es streckenweise mit der Klassikwelle des BR, die in der gleichen Zeit unter „bedächtigen Modernisierungsprozessen“ (16) mehr Substanz bewahrte. Dies belegt die Autorin einerseits mit detaillierten Stichproben (etwa zum Magazin „Allegro“, 165–170), insgesamt mit der Hörfunkstatistik zu Programmanteilen (216–218) oder mit dem Wochenschema von BR-Klassik (158–164), das weithin weiterhin monothematische Musiksendungen favorisiert.

Dabei begann nach der Wende der Aufbruch bei MDR-Kultur hoffnungsvoll, und noch die Programmbroschüre von 1997 wirbt so selbstwie problembewusst: „Zuhören ist eine immer seltener werdende Tugend. Anspruchsvollen Zeitgenossen ist sie Lebenserhaltung. Ihr Radiosender ist MDR KULTUR – das *Zuhör*-Radio des Mitteldeutschen Rundfunks. (...) Es bietet das kulturelle und informative Wort in wirkungsvoller Mischung mit Musik aller Zeiten, Stile und Präsentationsformen“ (71). Doch ersetzte der Sender 2004 unter dem Motto „Kultur ist was für jeden Tag“ die tagsüber noch verbliebenen Großflächen für ganze Werke bevorzugt durch Magazinsendungen mit weitgestreutem Zerstreuungsreiz.

Pfaender reflektiert die Phasen dieses Wandels, datiert und illustriert sie zudem mit teils übernommenen, teils selbst entworfenen Tabellen als Blickfang und Konzentrationspunkt. So geben etwa ausgewählte ARD-Statistiken zur Hörfunknutzung 1992 bis 2015 (64–69, 220/221) und Programmschemata von 2003

bis 2014 (92–96) Aufschlüsse zu Veränderungen. Eigene Recherchen der Autorin konzentrieren sich in Diagrammen und Sendeprotokollen zur Struktur von Magazinen wie etwa „Figaro – Journal am Vormittag“ (104–107). Damit belegt sie, wie viele kunterbunte Wort- und Klanghäppchen sich im Drei-Minuten-Takt in eine Sendestunde packen lassen, wenn nur eisern der von Goethe verspottete Rezeptionstrick gilt: „Wer vieles bringt, wird manchem etwas bringen.“ Solches Allerlei bringt heutzutage „die *Leitfarbe Klassik* im *Soundstream* des Crossover“ (113).

Trotz des verallgemeinernden Titels „Vom Zuhörradio zum Begleitprogramm – Öffentlich-rechtlicher Kulturfunk in der Fast Food-Falle“ geht es der Autorin zentral nicht um die gesamte Bandbreite öffentlich-rechtlicher Kulturvermittlung, sondern um die Analyse *einer* Programmsparte. Dabei erreicht sie überzeugende Tiefenschärfe. Dass auch MDR Kultur mit einzelnen widerständigen Spitzenproduktionen lockt – beispielsweise mit hochkarätigem Einschaltradio wie dem Hörspielprogramm –, berührt Pfänder nur am Rande, wenn sie abendliche Konzert- und Opernmitschnitte erwähnt oder die halbstündige „Lesezeit“ am Tag (122–124). Wieviel verbales und musikalisches Einschalt- und Zuhörradio sich inmitten der Tendenz zum Tagesbegleitprogramm in den ARD-Kulturwellen insgesamt behauptet, wäre ein großes Thema, komplementär zu und jenseits von Pfaenders Studie. Auf ihrem Forschungsfeld diagnostiziert die Autorin exemplarisch den Trend zur Trivialisierung. Über Pfaenders methodische Ansätze hinaus impliziert diese Diagnose einen Appell: besser ein eigenwilliges öffentlich-rechtliches Profil zu schärfen, als im Mainstream mitzuschwimmen.

Eva-Maria Lenz

Literatur

Hickethier, Knut (1994): Rundfunkprogramme in Deutschland. In: Hans-Bredow-Institut (Hrsg.), *Internationales Handbuch für Hörfunk und Fernsehen 1994/95*. Baden-Baden: Nomos, S. 106–115.

Anja Schmidt (Hrsg.)

Pornographie

Im Blickwinkel der feministischen Bewegungen, der Porn Studies, der Medienforschung und des Rechts
Baden-Baden: Nomos, 2016. – 176 S.
(Reihe Schriften zur Gleichstellung; 42)
ISBN 978-3-8487-3199-2

Der von der Juristin Anja Schmidt herausgegebene Sammelband „Pornographie“ will aktuelle Positionen in der Pornografie-Debatte speziell für rechtswissenschaftlich Interessierte aufarbeiten. Schließlich ist Pornografie Gegenstand des Strafrechts. Unser gesellschaftliches Verständnis von Pornografie wird dementsprechend auch durch rechtliche Pornografie-Definitionen geprägt: Laut Bundesgerichtshof (1969) ist eine Darstellung als pornografisch anzusehen, „wenn sie unter Ausklammerung aller sonstigen menschlichen Bezüge geschlechtliche Vorgänge in grob aufdringlicher, anreißerischer Weise in den Vordergrund rückt und ihre Gesamttendenz ausschließlich oder überwiegend auf das lüsterne Interesse des Betrachters an sexuellen Dingen abzielt“. Ist eine solche Definition von Pornografie zutreffend und zeitgemäß?

Radikalfeministische Stimmen würden dies verneinen, wie Michael Bader (Student der Rechtswissenschaften an der Humboldt-Universität zu Berlin) in seinem Beitrag „*PorNO! Radikalfeministische Positionen gegen Pornographie*“ erläutert. Sowohl in Nordamerika als auch in Deutschland vertritt die radikalfeministische Anti-Pornografie-Bewegung seit den 1980er Jahren die Auffassung, dass Pornografie in erster Linie ein Instrument der Frauenunterdrückung ist („Pornografie ist die Theorie, Vergewaltigung ist die Praxis“). Pornografie wird dementsprechend definiert als „erniedrigende sexuelle Darstellungen von Frauen oder Mädchen“, und es wird ein Pornografiegesetz gefordert, das Frauen als Gruppe umfassende Schadensersatz- und Unterlassungsansprüche einräumt. Der Autor setzt sich kritisch mit dieser Position auseinander, die sich letztlich in der Gesetzgebung auch nicht durchsetzen konnte.

Auf den Beitrag zu „*PorNO!*“ folgt ein Beitrag zu „*PorYes! Strömungen der sexpositiven Frauenbewegung*“, in dem Ekatarina Nazarova (Doktorandin am Lehrstuhl für Strafrecht, Strafprozessrecht, Kriminologie, Jugendstrafrecht und Strafvollzugsrecht der Universität Leipzig) rekonstruiert, warum die radikalfeministische Anti-Porno-Position von vielen Feministinnen nicht geteilt wird, und wie sich „fe-

ministische Pornografie“ als eigene Subgattung entwickeln und etablieren konnte. So werden die „Feminist Porn Awards“ inzwischen seit 2006 jährlich in mehreren Kategorien verliehen. Kennzeichnend für frauenfreundliche Pornografie sind einerseits die dargestellten Szenarien (die Frauen als Sexsubjekte zeigen und ihre Lust im Blick haben) und andererseits die fairen Arbeitsbedingungen (die eine Ausbeutung der Darstellenden vermeiden sollen). Hier wird der Pornografie-Begriff wiederum feministisch positiv besetzt und die Möglichkeit gesehen, gleichberechtigte Geschlechterverhältnisse durch alternative Pornografie zu fördern. Die Autorin hält diese Bestrebungen für vielversprechend.

Im dritten Kapitel des Bandes widmet sich Nina Schumacher (Mitarbeiterin im Büro der Frauenbeauftragten der Philipps-Universität Marburg) dem „sexfreien Porno“ unter dem Titel „*Mehrdeutige Neuverhandlungen. Porn Studies und nicht-sexuelle Pornographie aus kulturwissenschaftlicher Perspektive*“. Sie zeigt auf, dass der Pornografie-Begriff in öffentlichen und akademischen Diskursen inzwischen auf diverse nicht-sexuelle Inhalte angewendet wird: Auf reißerisch-lüsterne Darstellungen von sozialen Unterschicht-Milieus (Sozial-Porno) ebenso wie von Oberschicht-Villen (Property Porn), von Kriegen (Kriegs-Porno) oder von Essen (Food-Porn). Der originelle Beitrag, der aus dem laufenden Promotionsprojekt der Autorin stammt, arbeitet Merkmale pornografischer Darstellungsweisen nicht-sexueller Inhalte systematisch heraus und betont, dass die „Porn Studies“ damit heute ein zunehmend größeres Gegenstandsgebiet haben.

Richard Lemke und Mathias Weber (beide wissenschaftliche Mitarbeiter am Institut für Publizistik der Johannes Gutenberg-Universität Mainz) gehen in ihrem Beitrag „*Was wir über die Wirkung von Pornographie wissen (und warum wir vieles nicht wissen)*“ ebendieser Frage nach. Dazu haben sie 37 einschlägige Einzelstudien zu Pornografiewirkungen seit dem Jahr 2000 zusammengetragen und tabellarisch übersichtlich mit Methoden, Pornografie-Definition und Ergebnissen dargestellt. Sie erläutern, dass beim heutigen Forschungsstand davon auszugehen ist, dass Pornografienutzung mit sexueller Aggression (v. a. bei Männern) und sexueller Verunsicherung (v. a. bei Frauen) zusammenhängt. Sie kommen damit zum selben Ergebnis hinsichtlich Aggressionssteigerung wie die aktuelle Metaanalyse von Wright, Tokunaga und Kraus (2016) im *Journal of Communication*. Dankenswerterweise belassen es die Autoren aber nicht bei dem statisti-

schen Befund, sondern widmen sich auch dessen Interpretation. Besonders wichtig ist ihr Hinweis, dass mit dem Beleg negativer Pornografiewirkungen die kontroverse Pornografie-debatte keineswegs beendet ist. Denn Verbote folgen daraus wohl nicht. Sonst müsste auch Alkohol verboten werden, der weitaus drastischere Negativfolgen hat. Eine rationale Einschätzung von Pornografiefolgen müsste vielmehr neben den Negativwirkungen auch die Positivwirkungen einbeziehen (diese werden in der bisherigen Debatte stark vernachlässigt, sind aber auch empirisch nachweisbar) und sich über eine Güterabwägung verständigen.

Ralf Vollbrecht (Professor für Medienpädagogik an der Technischen Universität Dresden) rekapituliert im fünften Kapitel die *„Pornographienutzung im Jugendalter und ihre Folgen aus medienpädagogischer Sicht“*. Dabei zeigt er anhand empirischer Studien auf, dass sich auch angesichts leicht zugänglicher Online-Pornografie bei Jugendlichen offenbar keine Tendenz zur „sexuellen Verwahrlosung“ abzeichnet. Er fordert eine weniger aufgeregte Haltung, eine pädagogische Begleitung zwecks Kompetenzförderung und spricht auch eine mögliche Pornografiefreigabe für Jugendliche (nicht jedoch für Kinder) an.

Im sechsten und letzten Kapitel des Sammelbandes thematisiert die Herausgeberin Anja Schmidt (Vertreterin des Lehrstuhls für Öffentliches Recht und Geschlechterstudien der Humboldt-Universität zu Berlin) *„Die strafrechtliche Bewertung von Pornographie vor dem Hintergrund der feministischen Bewegungen, der Porn Studies und der Medienforschung“*. Sie plädiert dafür, die „Tradition des moralisierenden Strafrechts“ zu verlassen und den rechtlichen Pornografiebegriff an höhere Rechtsgüter (Selbstbestimmungsrecht, Persönlichkeitsrecht) zu binden statt an moralische Wertungen darüber, auf welche Weise Sexualität darzustellen oder nicht darzustellen sei.

Insgesamt ist der Sammelband empfehlenswert für Studierende und Forschende, die sich mit einfacher Pornografie befassen (illegale Pornografie ist nicht Gegenstand der Betrachtung) und die speziell an den rechtswissenschaftlichen Implikationen interessiert sind.

Nicola Döring

Literatur

Wright, Paul J.; Tokunaga, Robert S.; Kraus, Ashley (2016): A Meta-Analysis of Pornography Consumption and Actual Acts of Sexual Aggression in General Population Studies. In: *Journal of Communication*, 66 (1), S. 183–205.

Martin Voigt

Mädchen im Netz

Süß, sexy, immer online

Berlin, Heidelberg: Springer Spektrum, 2016. – 228 S.

ISBN 978-3-662-47034-3

Identitäts- und Beziehungsmanagement finden heute für Jugendliche zu großen Teilen über soziale Medien statt. Das Buch widmet sich einem Ausschnitt dieses Themenfeldes und beleuchtet Social Media-Praktiken von Schulmädchen, speziell ihren Umgang mit Freundschaften und sexualisierten Formen von Selbstdarstellung, und soll die vermeintlichen Ursachen für dieses Verhalten aufzeigen.

Um das vorliegende Buch, die vorgestellten Ergebnisse bzw. deren Interpretation richtig einordnen und bewerten zu können, fehlt allerdings ein äußerst entscheidendes Element: Die Leser/innen werden nicht in die methodischen Grundlagen der Studie, auf die sich das Buch bezieht und die in der Sozio-Linguistik verortet sind, eingeweiht. Mühsam müssen diese Informationen über das Buch verstreut zusammengetragen werden, aber das Bild bleibt unvollständig. In der Einleitung findet sich lediglich ein Hinweis darauf, dass das Buch in Zusammenhang mit der Dissertationsschrift des Autors steht, in der schriftsprachliche Muster von Postings und Gästebucheinträgen von Mädchen zwischen 12 und 16 Jahren aus unterschiedlichen Foren und sozialen Netzwerken analysiert wurden; die intersubjektive Nachvollziehbarkeit bleibt darüber hinaus leider auf der Strecke.

In der Einleitung lässt der Autor durch den Gebrauch von Personalpronomen an seinen Beweggründen und Motiven für die Auseinandersetzung mit dem Thema teilhaben – eine Gelegenheit, um die eigene Position als forschender Mann in jugendlichen Mädchensphären und die Konsequenzen für die Interpretation zu hinterfragen; bedauernswerterweise wird das Stilmittel nur zum Einschleusen persönlicher Anekdoten genutzt.

Es folgen zwei große Teilkapitel, die unterschiedliche Ziele verfolgen. In Teilkapitel I beschreibt sich der Autor einem ambitionierten Ziel: Er fragt danach, „[w]ie Social Media aus Kindern Selbstdarsteller machen“ und begibt sich auf die Suche nach „dem medialen Einfluss auf die Jugendkultur“ (13). Dabei beabsichtigt er zu zeigen, „wie soziale Onlinenetzwerke Mädchenfreundschaften emotionalisiert und Teenager zu versierten Selbstdarstellern erzo-gen haben.“ (16). An dieser Stelle würde man

auf eine Auseinandersetzung mit relevanter Literatur aus der Medien- und Kommunikationswissenschaft, der Jugend(medien)forschung und/oder Mädchenforschung hoffen, mit deren Hilfe die zentralen Begriffe operationalisiert werden. Was kommt, ist der Versuch, auf Basis eingestreuter Zitate aus Postings aus dem Zeitraum von 2003 bis 2010 Veränderungen des Umgangs mit Social Media nachzuzeichnen. Mitten in diesem Kapitel bezieht sich der Autor unvermittelt auf Aussagen aus einer Befragung, bis dahin ist man noch von einer rein inhaltlichen Analyse ausgegangen; die methodischen Hintergründe bleiben aber im Dunkeln.

Die Analyse der schriftsprachlichen Muster am Ende des Kapitels ist interessant und anregend, in der Interpretation dieser Muster liegt die Stärke des Buches. Im Zuge dessen deckt der Autor einige interessante Phänomene in der sprachlichen Evolution der Social Media-Kommunikation von Mädchen auf. Der Blick darauf, wie Mädchen ihre Freundschaften verbalisieren und mit welchen Mitteln diese Freundschaften zu Liebesbeziehungen hochstilisiert werden, ist spannend zu lesen. Die zu Beginn des Kapitels formulierten großen Erklärungsansprüche können aber nicht eingelöst werden.

Am Ende des Kapitels steht die Skizzierung dessen, was der Autor nachfolgend „Schulmädchensyndrom“ nennt. Aus der verwendeten Terminologie wird deutlich, dass es sich bei den untersuchten jugendkulturellen Praktiken in seinen Augen um eine Art Pathologie handelt. Um den Ursachen für das Syndrom nachzuspüren, wendet er sich in Teilkapitel II der Sozialpsychologie und Bindungstheorie als Erklärungskontexte zu.

Richtigerweise beginnt der Autor das Kapitel damit, auf die Einschränkungen der Studie hinzuweisen, erhebt jedoch kurz darauf den sehr hochgegriffenen Anspruch, eine ganze Generation abzubilden. Die Erklärung für das (pathologische) Verhalten dieser Generation in sozialen Netzwerken setzt der Autor bei vermeintlich gestörten Bindungsstrukturen und emotionalen Defiziten in der Eltern-Kind-Beziehung an; auf den ersten Blick ein interessanter Ansatz. Die Erosion der Familie sieht der Autor als größte Ursache, denn, so die These, sicher gebundene Kinder agieren in sozialen Netzwerken nicht auf problematische Weise und sind nicht auf die Bestätigung von und die emo-

tional hoch aufgeladene Beziehung mit Gleichaltrigen angewiesen. Zur Untermauerung der Argumente werden ausgewählte „Fallbeispiele“ vorgestellt.

Die Argumente und vermeintlichen (kausalen) Zusammenhänge, die der Autor auf dieser Basis in den Raum stellt, stehen eher auf wackeligen Beinen; es bleibt fraglich, wie es ohne eine Langzeitstudie gelingen soll, Zusammenhänge zwischen Handlungen der Jugendlichen und ihrer frühkindlichen Bindungserfahrung herzustellen, die über reine Spekulationen hinausreichen.

Teilweise wird in diesem Zusammenhang ein wertkonservatives und verklärtes Bild von Ehen und Familien „früher“ gezeichnet. Die sexuelle Revolution sieht der Autor als Wurzel allen Übels, denn durch sie seien die optimalen Bedingungen für die kindliche Entwicklung kaum mehr gegeben; die Schuld an der Erosion der Familie wird implizit den Frauen bzw. Müttern zugeschoben. Die größere Komplexität der Thematik, die Menge an intervenierenden Faktoren und vor allem die Lebenswelt der Eltern selbst, die die familiäre Alltagserfahrung entscheidend prägt, werden dabei tendenziell außer Acht gelassen.

Alles in allem wird das Buch vielen Kriterien guter wissenschaftlicher Praxis nicht gerecht, sei es mit Blick auf die eher dünne Quellenlage, die Qualität der Quellen oder die fehlende intersubjektive Nachvollziehbarkeit. Hinzu kommen zum Teil sehr saloppe Formulierungen und ein oft abwertender Ton.

Der Autor ist bestrebt, große Zusammenhänge aufzuzeigen und umfassende Erklärungsmodelle für die Konstitution „der“ Jugendkultur zu liefern. Der Versuch, die gesammelten Ergebnisse in größere Erklärungszusammenhänge einzubetten, um ein Verständnis für Ursachen und damit auch für Lösungsansätze zu ermöglichen, ist loblich; leider fehlt die Transparenz in der Darstellung des Vorgehens und die überzeugende wissenschaftliche Fundierung, um dies haltbar zu machen, die Argumentationslinien wirken oft sehr verkürzt und simplifizierend. Das Buch liefert zwar Denkanstöße, aufgrund der beanstandeten Mängel hat es aus Perspektive der Medien- und Kommunikationswissenschaft aber eher einen geringen Mehrwert.

Jasmin Kulterer