

reichen und diffusen Forschungsstand knapp zusammenzufassen. Das dritte Kapitel beleuchtet die Rolle des Privaten in der politischen Kommunikation und diskutiert verschiedene Ansätze, die Privatisierung als rationale Strategie begreifen. Der Blick auf internationale Studien bietet Ansatzpunkte, die Tina Rohowski für ihre eigene Untersuchung handhabbar macht. Ihr Fazit zum Forschungsstand: Vor allem Langzeitstudien zum Phänomen der Privatisierung in der deutschen Presse existierten nicht, eine Zunahme der Privatheit sei empirisch bislang nicht belegt.

Die Autorin setzt mit ihrer empirischen Untersuchung nahtlos an den von ihr herausgearbeiteten Desideraten an. Sie leitet zwei zentrale Hypothesen ab: 1) Deutsche Medien berichten in immer größerem Umfang über das Privatleben der Politiker. 2) Die Berichte selbst werden zunehmend persönlicher; sie stellen also immer größere Teile des Privatlebens „hinter“ dem Amtsträger aus. Es geht also sowohl darum, die Quantität der Homestories zu analysieren, als auch ihre Qualität.

Im Rahmen einer Inhaltsanalyse untersucht die Autorin die Illustrierten *Bunte* und *Stern* seit ihrer Gründung 1948 bis zum Jahr 2007. Die Auswahl scheint plausibel, allerdings muss bezweifelt werden, dass sich allein aus der Analyse der Berichterstattung zweier Illustrierter, die sich ohnehin der sog. „People-Berichterstattung“ verschrieben haben, ein allgemeiner Trend zur Personalisierung ableiten lässt, wie die Autorin postuliert (problematisch S. 76). Vielmehr muss die Aussagekraft zwangsläufig begrenzt bleiben. Man könnte entgegenhalten, dass sich eine Privatisierung eben nicht in den Illustrierten, sondern vielmehr in den sog. Qualitätsmedien zeigt, die entgegen ihrem vermeintlichen Anspruch – Politikberichterstattung – zunehmend auch Politikerberichterstattung leisten.

Für die Analyse der insgesamt 169 Homestories erarbeitet die Autorin in Anlehnung an Ana Inés Langer einen Kriterienkatalog, der insgesamt 19 Themen (etwa Kindheit & Jugend, Freundeskreis, Finanzen etc.) umfasst und den Kern der inhaltlichen Kodierung bildet. Allerdings kann man hinterfragen, ob die Zahl der angesprochenen Themen tatsächlich ein valides Mittel ist, um das Maß an Privatheit zu analysieren. Denkbar ist auch, dass ein monothematischer Artikel eine viel größere Nähe zum dargestellten Politiker bietet als wenige kurze Statements zu verschiedenen Themen.

Tina Rohowski kommt bei der Analyse der in den Artikeln behandelten Themen zu dem Schluss: „Die Politiker machen die Tür zu ih-

rem Privatleben nicht nur immer häufiger, sondern auch immer weiter auf“ (S. 85). Die Stärke der Arbeit liegt in den Ergebnissen, die Tina Rohowski aus der umfangreichen Langzeitanalyse gewinnt, wie zum Beispiel die Tatsache, dass einige Themen zu den „Dauerbrennern“ der Privatisierung gehören – so die Einbeziehung des (Ehe-)Partners. Es scheint Muster zu geben, die – unabhängig vom gesellschaftlichen Wandel – den Akteuren in den frühen sechziger Jahren genauso gewinnbringend erschienen wie den Politikern von heute. Bemerkenswert ist auch die Erkenntnis der Autorin, dass die Zahl der Homestories, die sich zusätzlich mit politischen Themen befasst, zugenommen hat: Die Berichte werden privater und zugleich politischer. In der qualitativen Auswertung der Ergebnisse beschreibt Tina Rohowski detailliert, welche sprachlichen Muster die Homestories aufweisen.

Die Arbeit füllt erfolgreich die Forschungslücke, die die Autorin zu Beginn aufzeigt. Die Befunde zur Genese der Homestories sind für das Fach hilfreich und können dazu beitragen, eine normativ aufgeheizte Debatte zu versachlichen. Allerdings ist eine weiter reichende theoretische Verortung des Themas wünschenswert: So lässt die Autorin offen, wen sie als Urheber der Privatisierung versteht – die Journalisten oder gar die Politiker? Hier spricht sie nur vage von „Kooperation“ (S. 60). Auch stellt sich dem Leser die Frage nach den Gründen für eine solche Privatisierung: Warum lässt Scharping sich im Pool interviewen? Warum spricht Kinkel über das Haarefärben? Diese Fragen – ebenso wie den von der Autorin aufgeworfenen Aspekt der Medienwirkungen – müssen aufbauende Arbeiten beantworten.

Barbara Hans

Pelle Snickars / Patrick Vonderau (Hrsg.)

The YouTube Reader

Stockholm: National Library of Sweden, 2009.
– 512 S.

ISBN 978-9-188468-11-6

Vor 1990 hätten Prognosen eines Bewegtbildangebots, das den Programmumfang des Fernsehens übersteigt, ein mitleidiges Lächeln von Fernsehwissenschaftlern ausgelöst. Jetzt zählen täglich neu hochgeladene Videos zum Alltag vieler Produzenten. Die beiden Medienwissenschaftler Pelle Snickars und Patrick Vonderau verweisen auf die schnelle Entwicklung YouTubes von einer Videotauschbörse hin zu *der* Video Community im Netz (S. 10): Grund

genug für beide, in einem englischsprachigen Sammelband verschiedene Teilaspekte von YouTube zu beleuchten, aber auch die ökonomischen Kontexte zu untersuchen. Mit dem Hinweis auf bestehende Publikationen wie Geert Lovings „Video Vortex Reader“ (Amsterdam 2008) konzentrieren sie sich auf die zentralen Aspekte: YouTube als *Industry*, *archive* and *cultural form* (S. 18). Der Sammelband ist in sechs Sektionen unterteilt: Beiträge des Abschnitts *Mediality* versuchen, YouTube in Beziehung zur bisherigen Mediengeschichte und -theorie zu setzen; der Abschnitt *Form* befasst sich mit medienästhetischen Aspekten, *Usage* thematisiert den Umgang mit YouTube, *Storage* konzentriert sich auf die Archivfunktion, *Industry* auf ökonomische Aspekte. Trotz dieser Sektionsunterteilungen sind diese Aspekte in den Beiträgen eng miteinander verknüpft, was zu vergleichbaren Argumentationslinien führt.

Zu den Themenschwerpunkten der eher essayistisch denn empirisch ausgerichteten Beiträge zählen zunächst ökonomische und technische Rahmenbedingungen. Nach dem Ankauf von Google 2006 wurden YouTube Videos immer stärker in andere Angebote, wie etwa diverse Videoshows im Fernsehen, Social Networks oder Blogs integriert. Gleichzeitig nahm die Zahl der aus unterschiedlichen Gründen zensierten Videos zu. Google versucht, auch mit Slogans wie „Have you ever wanted to just sit on your couch and watch YouTube on your TV-Screen“ (S. 15) das ursprünglich interaktive Dispositiv zu einem traditionellen Fernsehdispositiv zu verändern.

Neben den Folgen der ausdifferenzierten Eigentümerverhältnisse etablierter Unternehmen oder einzelner Produzenten erfasst der Band auch Besonderheiten der Anbieterstruktur. Burgess und Green kategorisieren in ihrem Beitrag die YouTube Uploader in vier Gruppen: „traditional media companies, small-to-medium enterprises or independent producers, government organizations, cultural institutions or the like, and ‚amateur users‘.“ (S. 91) YouTube markiert auch einen wichtigen Entwicklungsschritt in der Ausdifferenzierung der Senderlandschaft des Fernsehens. Hier wäre es allerdings sinnvoll gewesen, stärker auf die neuen Formen der Fusionierung von Sendern und Angeboten einzugehen, die bestehende Zielgruppen- und Themenspezialisierungen des Fernsehens radikalieren. Burgess und Green verweisen auch auf grundlegende Veränderungen bestehender Mediensysteme: „YouTube is symptomatic of a changing media environment, but it is one where the practices and identities

associated with cultural production and consumption, commercial and non-commercial enterprise, and professionalism and amateurism interact and converge in new ways“ (S. 90).

Richard Grusin setzt die Netzwerkstruktur der YouTube User in Beziehung zum Social Web und konstatiert eine allgemeine Veränderung vom traditionellen Massenpublikum der Sendeanstalten zum aktiven individuellen Nutzer. „Ours is a world of networked publics, in which consumers comment on and remix what they consume. Composed entirely of clips uploaded by individuals, YouTube threatens television networks. Snarky commentary on media is now the norm, much to the broadcasters’s chagrin. Individuals often create their own media – posting on blogs and on-line venues set up to display their creations, such as photo-sharing sites“ (Kazys Varnelis zitiert nach Grusin, S. 62). Diese Entwicklung steigere auch die Potenziale bisheriger Formen der medialen Selbstinszenierung nichtprominenter Menschen, die Kathrin Peters und Andrea Seier als „media-based self-referentiality“ beschreiben (S. 187): „At the moment, YouTube is probably the most prominent example of a media practice that allows the individual to record the minutest details of his or her life and to distribute them“ (ebd.). Seier und Peters beziehen sich auf Jörg Dünne und Christian Moser Konzept der „auto-mediacy“, das sie in Anlehnung an die steigende Vielfalt von „media self models“ entwickelten. „They propose a concept of self-referentiality that both historicizes and accounts for media differences“ (S. 199).

Unterschiedliche Beiträge thematisieren Wechselwirkungen mit etablierten Medien u. a. in den Bereichen Angebotsformen, Genres und Ästhetik. MedienwissenschaftlerInnen konstatieren Veränderungen von Film und Fernsehen durch neue Distributions- und interaktive Nutzungsformen. Trond Lundemo befasst sich mit den Veränderungen des analogen Mediums Film bei der Verbreitung über Online-Videoplattformen. Vinzenz Hediger etwa zeigt anhand amerikanischer Beispiele neue Formen der Medienpolitik. Seine Diagnose, YouTube habe die Politik zur Performance verändert (S. 259), kann angesichts der langen Traditionslinie der symbolischen Politik jedoch nicht nachvollzogen werden.

Sowohl die flexible Vernetzungsstruktur, die Differenzen zwischen globalen und nationalen Angeboten, als auch die vielfältigen Bezüge zwischen Angebotsvielfalt, Funktions- und Nutzungspotenzialen erschweren die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit YouTube, die bereits durch ganz unterschiedliche Funk-

tionszuschreibungen gekennzeichnet ist: „YouTube is often spoken about as if it were a library, an archive, a laboratory or a medium like television“ (Snickars/Vonderau, S. 13) Ergänzen könnte man hier die Plattform, die die Potenzierung der Produzentenzahl von Bewegtbildinhalten impliziert.

Rick Prelinger thematisiert Wechselwirkungen zu bestehenden kulturellen Institutionen wie Archiven, Museen und Bibliotheken. Er vergleicht in seinem Beitrag „The Appearance of Archives“ (S. 268-274) YouTube mit Wikipedia. Die Archivfunktion passe sich der *Open Source*-Bewegung des Internets an, was die Existenzberechtigung bisheriger Medienarchive in Frage stelle: „Why pay an institution to archive media from around the world when users seem to be doing it for themselves? Open source archiving I suppose it is.“ (Snickars/Vonderau, S. 13). Gerade die bisherigen Zugangsbeschränkungen und Bestands-Begrenzungen der Film- und Fernseharchive werden durch YouTube potenziell aufgehoben. Die Library of Congress in Washington stellte hier bereits ihre Bewegtbildbestände bis 1915, etwa die frühen Filmexperimente Edisons, online.

Bereits bei der Frage, ob es sich bei YouTube um eine Datenbank oder ein Medium handelt, bildet der interaktive Umgang mit bestehenden Fernsehinhalten eine zentrale Kategorie. Richard Grusin betont den medialen Charakter von YouTube: „In Remediation Jay Bolter and I defined a medium as that which remediates. According to this definition, then, YouTube would appear to be a medium insofar as it remediates TV. Or is it simply an immense archival database which has successfully integrated the media practices of social networking? From the governing metaphor of its trademarked motto ‘Broadcast Yourself’, to the implicit equation with (or more accurately difference from) the ‘boob tube’, YouTube sets out to remediate TV not merely as a neutral intermediary but as an active mediator“ (S. 61) Die Rekombination vorhandenen medialen Bildmaterials wird in mehreren Beiträgen, etwa von William Uricchio oder Markus Stauff, als ein Charakteristikum von YouTube herausgestellt.

Joost Broeren, Kathrin Peters und Andrea Seier beschreiben in ihren Beiträgen medienhistorische Einflüsse auf YouTube, die neben dem *Cinema of Attraction* (Broeren) auch im Bereich des Amateurfilms liegen (Peters/Seier). Broeren verweist auf die Renaissance der Vaudeville Musikdarbietungen in „musical displays, (...) consisting of people recording themselves performing songs. (...) Naturally, the setting differs: instead of a theatrical stage, most of

these video clips are recorded in people’s own homes. The genre can roughly be subdivided into three categories: People lip-synching original recordings of popular songs, people recording their own cover version of songs by their favourite artists, and people recording their own songs. (...) Audience address is also strong in all these categories, with the performers usually looking directly at the camera and often introducing their song to the audience“ (S. 159). Ein weiteres filmhistorisches Vorbild für viele YouTube-Videos bilde die dem frühen Film (vgl. Schlüpmann 1990) vergleichbare fehlende Trennung zwischen Fiktion und Nonfiktion.

Ein Themenschwerpunkt bilden die Ordnungs- und Navigationsmodelle YouTubes. William Uricchio verweist auf die kulturelle Bedeutung des Sortierungsprinzips der Anhäufung, die Integration bestehender Ordnungsmodelle und die dynamische Struktur der Kombination bestehenden Bild- und Tonmaterials: „YouTube, after all, stands as an important site of cultural aggregation, whether we consider mashups in the narrow sense (individual videos that make use of disparately sourced sounds and images remixed into a new composite) or the site as a totality, where variously sourced videos, commentaries, tools, tracking devices and logics of hierarchization all combine into a dynamic, and seamless whole“ (S. 24).

Diverse Analysen des Genrespektrums professioneller und nicht professioneller Anbieter beinhalten anschauliche Beispiele, die teilweise auch mit Stills illustriert sind. Der Fokus liegt auf Genrespezifika in YouTube, wie Tanz-, Sport-, Kriegs- oder Gedenkvideos, während Wechselwirkungen mit etablierten Film- und Fernsehgenres eher wenig Berücksichtigung finden.

Eine Grundproblematik von Sammelbänden lässt sich auch hier wiederfinden: die Wiederholung bestimmter Themen und Zitate. Lev Manovichs Diagnose der zentralen Bedeutung von Datenbanken etwa findet sich in mehreren Beiträgen. Dennoch liefert der YouTube Reader eine Vielzahl von theoretischen und analytischen Denkanstößen für die weitere Forschung.

Joan Kristin Bleicher

Literatur

- Loving, Geert; Niederer, Sabine (2008): Video Vortex Reader. Responses to YouTube. Amsterdam: Institute of Network Cultures.
Schlüpmann, Heide (1990): Unheimlichkeit des Blicks. Das Drama des frühen deutschen Kinos. Frankfurt am Main: Strömfeld.