

de, ist länger her (von kleinen feuilletonistischen Strohu-  
feuern einmal abgesehen) – das wird im neuen Nachwort  
auch diskutiert. Überhaupt sind es vor allem andere Ele-  
mente, die heute beanstandet werden: Waren es früher  
Nacktheit, später Gewaltdarstellungen, sind es heute vor  
allem weltanschauliche Bedenken, die Filme zum Skan-  
dal werden lassen. Und wie zuvor sind diese Bedenken  
stark von der jeweiligen Perspektive geprägt, wie die Dis-  
kussion um antisemitische Tendenzen in dem türkischen  
Actionfilm *Kurtlar Vadisi: Irak (Tal der Wölfe – Irak*  
[2006]) von Serdar Akar beweist.

Der Filmjournalist Stefan Volk untersucht in seinem im-  
merhin über 360 Seiten starken Band das Phänomen auf  
eine intensiv recherchierte und weitgehend neutrale  
Weise, die in einer indirekten Sittengeschichte der deut-  
schen Filmrezeption seit 1900 mündet. Der Fokus des  
Buches liegt auf der deutschen Skandalrezeption von  
Filmen seit der Stummfilmzeit (mit Schwerpunkt nach  
1950), was angesichts des ausufernden Themas nahe-  
liegt. Lediglich in den Einzelfilmbetrachtungen finden  
sich Anmerkungen zur internationalen Rezeption. Wie  
es inzwischen Konsens ist, unterscheidet er auch nicht  
zwischen dem Kino der BRD und der DDR, sondern be-  
trachtet den deutschsprachigen Raum mit Schwerpunkt  
Bundesrepublik der Nachkriegszeit. Konkret widmet  
Volk dem klassischen Kino ebenso große Aufmerksamkeit  
wie dem aktuellen, wobei nach einführenden Kom-  
mentaren zum jeweiligen Jahrzehnt ausgewählte Filme  
in Einzeldarstellungen folgen, die mit Synopsis, kurzem  
analytischem Essay und Skandal- bzw. Zensurgeschichte  
inklusive zeitgeschichtlichen Zitaten vorgestellt werden.  
In grau unterlegten Infokästen am Rand werden biografi-  
sche Einträge, Zusatzinformationen und Web- oder  
DVD-Tipps sinnvoll ergänzt.

Im Vorwort entschuldigt sich der Autor (S. 8) für eventuelle  
Versäumnisse, und tatsächlich wird man ausführliche  
Darstellungen einiger Filme außerhalb des euro-  
zentrischen Fokus vermissen. Lateinamerikanische oder  
asiatische Filme finden sich hier leider kaum. Vor allem  
im Mittelteil des Buches werden die großen Skandale  
der deutschen Filmrezeption thematisiert: von *Anders  
als die Andern* (1919) zu *Das Schweigen* (1963), von *Die  
Sünderin* (1951) zu *Im Reich der Sinne* (1976). Da stößt  
man auf absonderliche Zensurpraktiken, wirre Argumen-  
te der Zensoren und ideologisch geprägte Vorurteile der  
politischen und religiösen Filmbewertung. Andererseits  
kann sich Volk selbst einer Wertung nicht entziehen,  
wenn er etwa über Pier Paolo Pasolinis *Die 120 Tage  
von Sodom (Salò o le 120 giornate di Sodoma* [1975])  
schreibt: „Man muss sich mit Pasolinis Film deshalb  
schon viel Mühe geben, um ihm einen Sinn zu entringen.  
Andernfalls verkümmert er zu einer böartigen, eitlen  
Vernissage der Perversionen“ (S. 192). Hier schließt er  
ungebrochen an die Vorbehalte der zeitgenössischen  
Kritik der 1970er-Jahre an, die heute international einer

radikalen Neubewertung des Films gewichen sind. Volk  
dagegen betont, „dass ‚Salò‘ auch im dritten Jahrtausend,  
dreißig Jahre nach seiner Weltpremiere, noch immer für  
aufgeregte Debatten gut ist“ (S. 197). Das mag sein, den-  
noch ist der Film nur in Deutschland indiziert, während  
er in den Nachbarländern Großbritannien, Frankreich,  
Italien, Österreich und den Niederlanden problemlos auf  
Heimmedien verfügbar ist. Solche fragwürdigen Formen  
der Zensur speziell hierzulande rufen eher nach einem  
schärferen Kommentar der hiesigen Zensurpraktiken  
unter dem Vorwand des Jugendschutzes als nach einem  
Anknüpfen an 30 Jahre alte Bedenken. Das lässt Volk  
vermissen.

Die interessanteste Ergänzung der Neuauflage ist  
zweifelloserweise der dilettantische antiislamische Film  
*Die Unschuld der Muslime* (2012), von dem nur eine  
Ausschnittfassung online zu sehen ist, die jedoch inter-  
nationale Unruhen auslöste.

Stefan Volk bietet dem filmhistorisch Interessierten  
eine umfassende, reich illustrierte Darstellung der  
bundesdeutschen (und stellenweise internationalen)  
Skandal- und Zensurpraktik. Als Handbuch und Materi-  
alsammlung ist das Buch ebenso empfehlenswert wie  
die dazugehörige Website: [www.skandalfilm.net](http://www.skandalfilm.net), selbst  
wenn man sich gelegentlich umfassendere Literatur-  
hinweise zu den Beispielen gewünscht hätte. Dass man  
nicht mit allen Einschätzungen des Verfassers einver-  
standen sein wird, liegt in der Natur des Themas dieses  
Buches, das letztlich vor allem eines vermittelt: das Bild  
einer zeitgenössischen Mentalität und Moralität, die sich  
jederzeit wandeln können.

Prof. Dr. Marcus Stiglegger

## 8.

### **Thomas Dobbstein/Niklas Walz:**

*TikTok und Instagram. Erfolgsfaktoren zur Marken-  
führung für Konsumgüter in der Generation Z.*  
Göttingen 2021: Cuvillier. 222 Seiten, 49,90 Euro

### **TikTok und Instagram**

Der Band von Dobbstein und Walz präsentiert auf  
ca. 100 Seiten plus Anhang eine empirische Studie  
zur Wahrnehmung von Marken auf den Social-Media-  
Plattformen TikTok und Instagram durch junge Konsu-  
ment\*innen. Es wurden mehr als 400 Interviews ge-  
führt, die Aufschluss darüber geben, auf welche Weise  
junge Menschen mit Marken auf TikTok und Instagram  
interagieren und welche Inhaltstypen sie favorisieren.  
Damit einhergehend fokussiert der Band den Einfluss,  
den Markenpräsentationen in den sozialen Medien  
auf die Bindung zu den Konsument\*innen haben. Dies  
geschieht ausführlich am Beispiel der Social-Media-  
Präsenzen von fritz-kola, Coca-Cola, mymuesli und  
Ahoj-Brause. Als relevante Kriterien für eine positive

Wahrnehmung werden auf Basis der Interviews u. a. glaubwürdige und ehrliche Darstellung, Nahbarkeit, Unterhaltung, persönliche Ansprache, Kreativität und ästhetische Darstellung identifiziert. Für jede dieser Variablen wird einzeln analysiert, welchen Einfluss sie auf die Markenbindung der Fallbeispiele hat. Hierdurch zeigen sich unterschiedliche Funktionen und Inhaltstypen für beide Plattformen. Während eine humorvolle Darstellung, ein authentischer und nahbarer Markenauftritt sowie ein kreativer und erzählerischer Ansatz generell positiv bewertet werden, nehmen musikalische und choreografische Beiträge sowie die Beteiligung an bestehenden Hashtagchallenges nur auf TikTok eine wichtige Rolle ein, während für Instagram die ästhetische Aufbereitung entscheidender ist. Die Ergebnisse überführen die Autoren in Handlungsempfehlungen für eine zielgruppen- und plattformorientierte Markenführung im Social-Media-Bereich. Das Buch ist somit sowohl für wissenschaftlich interessierte Personen als auch für Praktiker\*innen zu empfehlen.

Prof. Dr. Judith Ackermann

## 9.

### **Claudia Töpfer:**

*Mediale Affektökonomie. Emotionen im Reality TV und deren Kommentierung bei Facebook.* Bielefeld 2021: transcript. 306 Seiten, 45,00 Euro

#### **Affektdynamik im Reality-TV und Social TV: Emotionen bei *Germany's Next Topmodel***

In ihrer Dissertation beschäftigt sich die Medienwissenschaftlerin Claudia Töpfer mit der Inszenierung und Kommentierung von Emotionen des Reality-TV-Formats *Germany's Next Topmodel*. Ihre Arbeit ist vor allem hinsichtlich der zentralen theoretischen Konzepte im Kontext der Tätigkeit am Sonderforschungsbereich „Affective Societies“ an der Freien Universität Berlin zu verorten: Töpfer überschreibt ihre Arbeit so auch mit dem Schlagwort „Mediale Affektökonomie“ und nutzt durch ihre theoretische Adaption und die darauf aufbauende empirische Studie den Ansatz der Affekttheorien. Den Begriff des Affekts versteht sie „als Fähigkeit von Körpern [...], sich wechselseitig zu beeindrucken, beeindruckt zu werden und Verbindungen oder Separierungen zwischen Körpern herzustellen – manchmal in Form nachvollziehbarer Muster, manchmal spontan und unvorhersehbar“ (S. 17).

Diese Perspektive ist der Ausgangspunkt für eine umfangreiche Analyse des Formats *Germany's Next Topmodel*. In den ersten Kapiteln werden zunächst theoretische Ausgangspunkte und Konzeptualisierungen erarbeitet. An dieser Stelle wird auch das Konzept der medialen Affektökonomie hergeleitet, welches darauf verweist, „dass Affekte nicht nur Körper bewegen oder

hemmen, sondern dass Emotionen auch strategisch eingesetzt werden können, um bestimmte Dynamiken, wie beispielsweise solidarische Gemeinschaften oder Spaltungen zu erzeugen“ (S. 53).

Das Phänomen „Social TV“ wird erörtert, und Töpfer beschreibt die Rolle von Realityformaten und speziell Castingshows im Kontext der vernetzten audiovisuellen Medien. Weiterhin erörtert die Autorin die mediale Inszenierung und Zirkulation von Emotionen und Affekten und beschreibt das Verhältnis von Reality-TV und Social TV als „generators of affects“, als Motor der Affekte. Im 6. Kapitel werden dann das methodische Vorgehen und das Forschungsdesign der Studie vorgestellt: Datengrundlage der Untersuchung ist die 11. Staffel von *Germany's Next Topmodel* aus dem Jahr 2016, die inklusive Finalshow 15 Folgen umfasst. Es wurden, basierend auf über 1.000 Facebook-Posts, die meistkommentierten Social-TV-Videos des Formats ausgewählt. Hieran schloss sich eine Codierung an, basierend auf den Emotionsrepertoires der Sendung (nach Lünenborg u. a., 2021: Angst/Furcht, Neid, Scham und Enthusiasmus). Die Autorin resümiert schließlich die empirischen Schritte auf dem Weg zu einer Theorie medialer Affektökonomie, um dann in Kapitel 7 die Ergebnisse der Studie als Praktiken der „Aushandlung von Emotionsrepertoires im Social TV“ zu präsentieren. Hier zeigt sie umfassend, welche Muster der Aushandlung emotionaler Repertoires sich bei *Germany's Next Topmodel* finden lassen: Es wird dabei nicht nur ein breiter Überblick geboten, sondern auch gezeigt, wie die repräsentierten inszenierten Emotionsrepertoires geordnet sind und welche Dynamiken sie entwickeln.

Das Buch bietet eine umfangreiche theoretische Arbeit, eine darauf aufbauende innovative empirische Analyse und einen lesenswerten Einblick in ein wichtiges theoretisches Feld der Medien- und Kommunikationswissenschaft.

Prof. Dr. Christine Linke

## 10.

### **Paula Stehr:**

*Soziale Unterstützung in Online-Kommunikationsmodi. Die Perspektive der prosozial Handelnden.* Köln 2021: Herbert von Halem. 336 Seiten, 36,00 Euro

#### **Positive Aspekte der Onlinekommunikation**

Onlinemedien verbreiten nicht nur Hass, Falschinformationen oder Verschwörungstheorien, sondern können auch dem Aufbau unterstützender Beziehungen dienen. Diesem Phänomen des gesellschaftlichen Zusammenhalts durch Unterstützung in digitalen Medien widmet sich die Dissertation von Paula Stehr. Die Studie nimmt dabei die bislang wenig beachtete Perspektive prosozial Handelnder ein und fragt danach, welche Rahmenbedin-