

Beitrag zur Rolle der Medienbildung zeigen (vgl. S. 151 ff.). So sehen auch einige Befragte Unterhaltung nicht als Teil des Programmauftrags. Überhaupt kommt Unterhaltung schlecht weg. Soßdorf und Warnken stellen dazu fest: „Es ist also zu differenzieren zwischen Personen, die nicht um den Unterhaltungsauftrag wissen, und Teilnehmer:innen, denen die Unterhaltungsfunktion des öffentlich-rechtlichen Rundfunks zwar bewusst ist, die diese jedoch nicht mehr für zeitgemäß halten“ (S. 149).

Eine wichtige Frage im Zusammenhang mit dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk ist die nach den jungen Zuschauenden. Da nicht viele Jugendliche auf der Plattform aktiv waren, wurden zusätzlich vom SINUS-Institut 19 Jugendliche zwischen 14 und 17 Jahren befragt. Die zentralen Fragen orientierten sich an den Themen aus den Beteiligungsrunden der Plattform #meinfernsehen2021. Dabei wurden auch sogenannte bildungsferne Jugendliche berücksichtigt. Die Affinität zum klassischen, linearen Fernsehen ist gering, dennoch „möchte es niemand ‚abschaffen‘“ (S. 187). Denn es ist als gemeinsame Aktivität mit Familie und Freunden wichtig. Allerdings bevorzugen sie einen Onlinezugang zu den Inhalten, auch wenn sie die Mediatheken kaum nutzen. Für die Jugendlichen, die mit einer Vielfalt an klassischen Massenmedien, sozialen Medien und Streamingdiensten aufwachsen, gehört Medienkonvergenz gewissermaßen zum Alltag. Aus diesem Alltag heraus entwickeln sie dann auch ihre Vorstellungen vom Fernsehen der Zukunft: „Jugendliche sind der Meinung, dass sich das Fernsehen stärker an seinen Zuschauer:innen ausrichten muss. Idealerweise werden die Zuschauer:innen nicht als Rezipient:innen begriffen, sondern als Community, die mit den Redaktionen/Fernsehmacher:innen im regelmäßigen Austausch steht“ (S. 194). Informativ und instruktiv sind die Fachbeiträge von Frauke Gerlach zum Wandel von Gesellschaft und Öffentlichkeit, von Karl-Nikolaus Peifer zu den gesetzlichen Grundlagen der Rundfunkfinanzierung, von Christoph Bieber zur Aufgabe der Rundfunkräte, sich stärker mit Innovationen und dem (digitalen) Wandel zu befassen, und die Überlegungen von Christoph Neuberger zur Plattformisierung der Medien und der möglichen Entwicklung öffentlich-rechtlicher Plattformen, für die dann auch eine Neukonzeption des Auftrags notwendig wäre. Hierfür definiert Neuberger acht Aufgabenbereiche (vgl. S. 105 f.).

Insgesamt wird in dem Buch deutlich, welche Mängel die Teilnehmenden der Plattform #meinfernsehen2021 beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk sehen. Ein wichtiger Kritikpunkt ist die mangelnde Transparenz, sowohl in der Programmgestaltung als auch bei den Aufsichtsgremien. Zugleich werden die Vor- und Nachteile derartiger Beteiligungsverfahren deutlich. Es werden zahlreiche Kritikpunkte formuliert, die aber

mit Vorsicht zu genießen sind – nicht nur aufgrund der bereits erwähnten Wissenslücken, sondern auch, weil es im „Spannungsfeld zwischen Selbstinteresse und Gemeinwohlorientierung“, das Habermas für politische Entscheidungen der Bürger:innen in der Demokratie als wichtig erachtet, wie Frauke Gerlach in ihrem Beitrag hervorhebt (S. 41), bei #meinfernsehen2021 anscheinend doch eher in Richtung Selbstinteresse zu gehen scheint. Das mag auch an der Mehrheit der älteren, männlichen, besser gebildeten Teilnehmer liegen. Es wird aber auch deutlich, dass solche Beteiligungsverfahren zwar Mängel aus Sicht des Publikums aufzeigen können, die Lösungen dann aber doch in der Hand von Expert:innen liegen sollten, die (hoffentlich) keine Wissenslücken zu den strukturellen und gesetzlichen Rahmenbedingungen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks haben und eine umfassende Programmkenntnis aufweisen. Es ist den Herausgeberinnen und Autor:innen hoch anzurechnen, dass die Vor- und Nachteile von #meinfernsehen2021 offen angesprochen und diskutiert werden.

Prof. i. R. Dr. Lothar Mikos

2.

Ulla Autenrieth/Cornelia Brantner (Hrsg.):

It's All About Video. Visuelle Kommunikation im Bann bewegter Bilder. Köln 2022: Herbert von Halem. 324 Seiten, 34,00 Euro

It's All About Video

Mediale Praktiken wie das Aufnehmen, Bearbeiten, Teilen und Rezipieren bewegter Bilder gehören mittlerweile zum Alltag derjenigen, die Videosharing-Plattformen und soziale Netzwerke nutzen. Videos sind ein fester Bestandteil kommunikativer Prozesse – nicht nur im professionellen Filmschaffen, sondern auch in privaten Kontexten. Innerhalb der Visuellen Kommunikationsforschung stellten sich daher „Fragen nach der Spezifik visueller Kommunikation im Kontext bewegter Bilder“, so die Herausgeberinnen Ulla Autenrieth und Cornelia Brantner in der Einleitung zu ihrem Sammelband (S. 10).

Die Coronapandemie hat die Entwicklung neuer Videoformate mehr als nur beschleunigt, sodass sich die in dem Band versammelten Fragen nach der Rolle von Bewegtbildpraktiken in Politik, Werbung, Nachrichtenjournalismus und Wissenschaft noch dringender stellen als 2019, dem Jahr, in dem die Konferenz stattgefunden hat, auf der die Publikation basiert: Dokumentiert und erweitert wurde eine Jahrestagung der Fachgruppe „Visuelle Kommunikation“ in der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPK). Aufgeteilt in fünf Sektionen, geben 14 Artikel Einblicke in Konzepte, Methoden und Erkenntnisse der

deutschsprachigen Forschung, die Beiträge - und damit auch die untersuchten Phänomene - stammen von Wissenschaftler:innen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz. In Co-Autor:innenschaft sind auch graduierte Studierende an der Diskussion beteiligt, was ebenso loblich ist wie die Integration von Beiträgen aus der publizistischen (Ausbildungs-)Praxis.

Kritisch ist anzumerken, dass zwar viele Abbildungen verwendet werden, diese aber in der Printpublikation zumeist in Schwarz-Weiß gehalten und von eher mäßiger Druckqualität sind: Viele Bildinhalte sind kontrastarm und „verwaschen“. Einige Grafiken sind so klein gesetzt, dass sie kaum mehr lesbar sind. Mag sein, dass die digitale Ausgabe hier die bessere Alternative für die ansonsten empfehlenswerte Lektüre ist.

Im ersten Abschnitt „Audiovisuelle Inszenierungen und Manipulation in der politischen Kommunikation“ gibt Marion G. Müller einen instruktiven Überblick über die jüngere Geschichte politischer Onlinevideos und untersucht diese im Hinblick auf kommunikative Muster.

Karin Liebhart beschäftigt sich mit Bewegtbildstrategien der Neuen Rechten und zeigt eindrucksvoll auf, wie Einblicke in das Privatleben politischer Akteur:innen systematisch genutzt werden, um rechte Ideologien und Positionen in einem scheinbar unpolitischen Umfeld zu etablieren. Katharina Christ klassifiziert Formate verschwörungstheoretischer Onlinevideos und zeichnet Persuasions- und Argumentationsmuster nach.

Die folgenden Beiträge stehen unter der gemeinsamen Überschrift „Stereotype und Images in Werbe- und PR-Videos“. Linda Geimer und Dagmar Hoffmann untersuchen Praktiken der visuellen Nachhaltigkeitskommunikation auf der Plattform Instagram und entwickeln eine differenzierte Typologie für die verwendeten Videoformate. Dabei kommen sie zu dem Schluss, dass bereits etablierte Formate „adaptiert, lediglich umfunktioniert und über die konsumkritische Themensetzung neu kontextualisiert“ (S. 104) werden. Dieser Befund der adaptiven Rekontextualisierung einiger weniger Grundformate dürfte sich auf weitere visuell aufbereitete Themenfelder übertragen lassen. Florian Diener beschäftigt sich in einer explorativen Analyse mit der interessanten Frage, wie Personen mit niedrigem Einkommen in der Werbung dargestellt werden. Dass Frauen seltener sichtbar sind und häufiger mit stereotyp weiblichen Themen in Verbindung gebracht werden, weisen Elizabeth Prommer, Claudia Wegener und Christine Linke in einer auf 2.000 Videos basierenden Inhaltsanalyse zu visuellen Geschlechterrollen in YouTube-Videos nach.

Die dritte Sektion ist betitelt mit „Humor und Unterhaltung als Stilelemente erfolgreicher Zielgruppenansprache in audiovisuellen Kurzformaten“. Bei zwei von den drei Beiträgen - jeweils Fallstudien - muss man darüber hinwegsehen, dass Humor und Komik nicht

präzise unterschieden werden. Im vierten Abschnitt „Neue (Bewegt-)Bilder im Journalismus“ findet sich von Daniel Pfurtscheller eine profunde Auseinandersetzung mit journalistischen Instagram-Stories. Am Beispiel der Berichterstattung über den Terroranschlag in Wien 2020 setzen sich Katharina Lobinger und Cornelia Brantner luzide mit einer sich diskursiv entwickelnden Ethik visueller Kommunikation auseinander - und appellieren sowohl an Journalist:innen wie an Nutzer:innen, sich ihrer Verantwortung in der Bildkommunikation bewusst zu werden. Passend schließt das Buch selbst-reflexiv mit Beiträgen über „Audiovisuelle Daten im Kontext wissenschaftlicher Forschungspraxis“.

Insgesamt bietet der Sammelband nicht nur einen breit gefächerten Überblick über den Stand der Visuellen Kommunikationsforschung, vielmehr bieten sich einzelne Beiträge auch als Ausgangspunkt für weitere Fragen und Untersuchungen auf dem Feld der Kommunikation mit und über bewegte Bilder an.

PD Dr. Sandra Nuy

3.

Kilian Hauptmann/Philipp Pabst/Felix Schallenberg (Hrsg.):

Anthologieserie. Systematik und Geschichte eines narrativen Formats. Marburg 2022: Schüren. 270 Seiten, 34,00 Euro

Anthologieserie

Seit einigen Jahren ist in Feuilleton und Fernsehkritik verstärkt von Anthologieserien die Rede. Mit einzelnen, in sich abgeschlossenen Folgen oder jeweils zu Ende erzählten, inhaltlich und stilistisch unterschiedlichen Staffeln gelten solche Serien oft als narratives Gegenmodell zu „serials“ mit ausufernden horizontalen Handlungsbögen. Eine tiefer gehende Analyse und Theoretisierung der Anthologieserie stand in der deutschsprachigen Medienwissenschaft aber bislang aus. Der von Kilian Hauptmann, Philipp Pabst und Felix Schallenberg herausgegebene Sammelband schließt die entsprechende Lücke.

In der Einleitung wird zunächst dieses Buzzword durch eine Begriffs- und Definitionsarbeit fundiert. Hier unterteilen die drei Herausgeber die „auf den ersten Blick neuartige Hybridform“ (S. 9) in „Episodenanthologien und Staffelanthologien“ (S. 10). Als Leitfrage ihres Bandes stellen sie heraus, wie Anthologieserien Äquivalenz und Kohärenz herstellen. Anschließend ordnen sie diese Serienausrprägung in die vor allem US-amerikanische Fernsehgeschichte ein und gleichen sie mit „familienähnliche[n] Begriffe[n]“ (S. 15) wie der Reihe oder der Miniserie ab. Dirk Rose systematisiert den Terminus „Anthologieserie“ weiter, indem er auf die Anthologieforschung in Literatur- und Buchwissenschaft zurückgreift und