



Hanne Detel:
*Netzprominenz. Entstehung, Erhaltung
 und Monetarisierung von Prominenz
 im digitalen Zeitalter.* Köln 2017:
 Herbert von Halem Verlag. 376 Seiten,
 35,00 Euro

Netzprominenz

Prominente im Netz sind gegenwärtig weitreichend diskutiert. Plattformen wie YouTube, Instagram oder Snapchat fördern die Bekanntheit von zunächst unbekanntem Personen, denen nunmehr überdurchschnittliche Aufmerksamkeit zuteilwird. Daraus entwickeln sich zahlreiche Fragen, die beispielsweise die Mechanismen der Aufmerksamkeitskonstruktion oder ihre Varianten und Strategien der Monetarisierung in den Blick nehmen. Die Arbeit von Hanne Detel über Netzprominenz verspricht, hier einen grundlegenden Beitrag zu leisten. Es handelt sich um die Dissertation der Autorin, die im Jahr 2016 von der Universität Tübingen als solche angenommen wurde.

Das Buch gliedert sich in fünf Teilkapitel mit unterschiedlicher Ausrichtung. Die zehnteilige Einführung beschreibt den Wandel der Prominenz im digitalen Zeitalter. Detel erläutert ihren Begriff der Netzprominenz, den sie „in Abgrenzung zur Prominenz vor dem digitalen Zeitalter“ (S. 18) positioniert, und begründet die Relevanz ihrer Arbeit. Das zweite Kapitel zeigt ihren theoretischen Zugang auf. Recht knapp werden die grundlegenden theoretischen Ansätze beschrieben, als solche sind der Ansatz der Aufmerksamkeitsökonomie, der des Impression Managements und der Mediatisierungsansatz genannt. Das dritte Kapitel stellt die forschungsleitenden Fragen und das methodische Vorgehen dar. Auf der Grundlage von vergleichenden Fallanalysen und acht Experteninterviews konzipiert Detel ein exploratives qualitatives Forschungsdesign. Dabei sei angemerkt, dass das Vorgehen bei der Auswertung der Experteninterviews leider nicht ganz nachvollziehbar ist.

Besonders umfangreich ist die Darstellung der Analysen. Detel beschreibt die unterschiedlichen Plattformen – Bühnen –, auf denen sich Netzprominente bewegen mit ihren jeweiligen Eigenschaften und Möglichkeiten. Sie zeichnet „typische Mechanismen der Prominenzentstehung“ (S. 141) nach und beschreibt, wie sich der Möglichkeit der Sichtbarkeit die Notwendigkeit der weiteren Aufmerksamkeitsgenerierung anschließt. Die Autorin entwickelt eine Typologie der Netzprominenz, bei der sie zwischen „Kurzzeit-

prominenten“, „Diffamierungsopfern“, „Attention-Surfern“, „etablierten Netzprominenten“ und „Prominenzmemetikern“ (S. 224) unterscheidet, und zeigt Strategien auf, die zum Erhalt und Ausbau der Netzprominenz beitragen. In einem abschließenden Kapitel werden die Möglichkeiten zur Monetarisierung von Netzprominenz vorgestellt. Es wird deutlich, dass hier unterschiedliche Strategien der Ökonomisierung greifen, die von wachsender Bedeutung sind und von den Akteuren ebenso vorangetrieben werden wie von Agenturen, Netzwerken und Unternehmen. Das abschließende Kapitel der Arbeit erhebt den Anspruch, „die zentralen Prozesse des Strukturwandels des Prominenzphänomens unter dem Einfluss des Metaprozesses Internetisierung“ (S. 311 f.) zu identifizieren und vorzustellen. Hanne Detel fasst ihre Beobachtungen noch einmal zusammen und ordnet sie unterschiedlichen Schlagworten zu. So argumentiert sie beispielsweise, in den neuen Phänomenen der Netzprominenz würden sich Prozesse einer Demokratisierung zeigen, indem erstens der Prominentenstatus potenziell jedermann zugänglich sei. Zweitens sei der Auswahlprozess insofern demokratisiert, als nun das Publikum unmittelbar über den Zuspruch an Aufmerksamkeit entscheide – und damit ohne eine vorauswählende Instanz, über die sich der Zugang zur Sichtbarkeit im Vorfeld regelt.

Resümierend sei festgehalten, dass das Buch in einem Zwischenraum verbleibt: Für theoretisch interessierte Leserinnen und Leser ist es zu deskriptiv, für die an der YouTube-Praxis Interessierten möglicherweise zu ausdifferenziert. Die stetige Einführung neuer Begrifflichkeiten und Systematisierungen lässt ein wenig an Tiefe vermissen, auch bedarf es angesichts fortlaufend neuer Strukturierungen und Differenzierungen eines gewissen Durchhaltevermögens, um den roten Faden der Arbeit im Blick zu behalten. Mitunter wäre eine kritischere Sicht wünschenswert gewesen, beispielsweise wenn es um die durchaus divergierenden Aufmerksamkeitspotenziale und -strategien von Männern und Frauen im Netz geht. Dennoch kann die Lektüre des Werkes gewinnbringend sein. Das Verdienst der Autorin ist es, sich einem vergleichsweise neuen Medienphänomen zu widmen, dabei vielfältige Analysezugänge aufzuzeigen, die das Forschungsfeld strukturieren, Netzprominenz facettenreich zu beschreiben und in ihren unterschiedlichsten Ausprägungen anschaulich aufzuarbeiten und darzustellen.

Prof. Dr. Claudia Wegener