



**Ulla Autenrieth/Daniel Klug/
Axel Schmidt/Arnulf Deppermann
(Hrsg.):**
*Medien als Alltag. Festschrift für
Klaus Neumann-Braun.* Köln 2018:
Herbert von Halem. 628 Seiten,
45,00 Euro

Medien als Alltag

Ob Medien ganz generell Alltag sind, ihn „nur“ strukturieren oder auch vergessen lassen oder ob der Alltag diverse Mediengebrauchswesen hervorbringt oder bestimmt, womöglich nur rahmt, hängt vom jeweiligen analytischen Blickwinkel ab. Die Herausgebenden, allesamt akademische Weggefährtinnen und -gefährten, nutzen diese weite Metapher, um das umfangreiche akademische Werk des Soziologen, Ethnologen und letztlich Medienwissenschaftlers Klaus Neumann-Braun theoretisch und empirisch zu umspannen und ihn mit den eingeladenen Beiträgen in diesem voluminösen Jubiläumsband zu seinem 65. Geburtstag zu ehren. Wie üblich in solchen „Festschriften“, beziehen sich nicht alle der 24 Beiträge explizit auf Neumann-Brauns Arbeiten, wie sie vor allem in Freiburg, Frankfurt und zuletzt in Basel entstanden sind. Nach dem „Geleit“-Wort, das Vita und Werk Neumann-Brauns ausführlich und einordnend rekonstruiert sowie in einer umfangreichen Literaturliste dokumentiert, gliedern sich die Abschnitte in „Theoretische Annäherungen“, „Empirische Studien zum Fernsehen“, „Web 2.0 und Social Media“ sowie „Medien- und Kulturanalysen“ und spiegeln schon mit diesen Überschriften die analytischen Schwerpunkte des Jubilars wider. Der erste Abschnitt beginnt mit der kritischen Rekapitulation der „strukturanalytischen Rezeptionsforschung“ vom (ehemaligen) Zürcher Medienwissenschaftler Bonfadelli, die Neumann-Braun und Charlton anhand ihrer Kinder- und Jugendmedien-Studien in Freiburg entwickelten. Danach diskutiert der Oldenburger Soziologe Müller-Doohm, wie Habermas' Theorie der Öffentlichkeit und Adornos Theorie der Kulturindustrie für innovative Analysen der aktuellen Medienentwicklung verknüpft werden können. Es folgen ein Bericht über ein Schweizer Schulprojekt zur ästhetischen und Film-Bildung mittels Webapplikationen, einige Ausführungen zur Kommunikationswissenschaft, ein facettenreicher Überblick über die sozialen Gebrauchswesen der Fotografie im Laufe ihrer Geschichte, zwei Beiträge – der eine eher kategorisch-abstrakt, der andere deskriptiv – über audiovisuelle Musik und Musikclips (Neumann-Brauns Thema in den

1990er-Jahren) und endlich Mikos' Aufriss über Funktionen, Strukturen und Rezeptionsweisen des Fernsehens als noch recht virulentes „Leitmedium“. Rezeptionsmodalitäten von Medien als soziotechnische Konstruktionen von Wirklichkeit skizziert Keppler (Mannheim) aus wissenssoziologischer und gesprächsanalytischer Sicht im nächsten „empirischen“ Abschnitt. Inszenierungspraktiken in deutschen Reality-TV-Shows, die darauf abzielen, körperliche Kontrollverluste zu evozieren und zu kommentieren, untersucht sodann ein umfangreicher Beitrag konkret an etlichen populären Beispielen. Welche politischen Narrative die auf Netflix veröffentlichte Kultserie *House of Cards* impliziert, analysiert der nächste Beitrag und schließt an Neumann-Brauns Arbeiten zum Unterhaltungsfernsehen an. Danach werden der Schlagerfilm der 1960er-Jahre und die in ihm singenden Sportstars wie Bäumler/Kilius beleuchtet. Nur noch am thematischen Rand lässt sich die deskriptive Rekonstruktion des rechtlichen Urheberstreits eines Serien-Drehbuchautors mit dem MDR einordnen. Noch disparater und teils außerhalb medienwissenschaftlicher Perspektive fallen die Beiträge des dritten und eigentlich aktuellen Abschnitts aus: Dass kollektive Kunstproduktion, hier als Schwarm klassifiziert, bei digitalen Medien zunimmt und spezielle Formen kreiert, wird an einigen Beispielen veranschaulicht. Kreativität, permanente Visualisierung der Alltagskommunikation und Selbstinszenierung (Selfies) verlangen postindustrielle Gesellschaft ebenso wie die Kameras der Smartphones; aber Nachahmungen der Starvorbilder wie anhaltende Standardisierungen entästhetisieren sie zugleich. Welche sozialkommunikativen Prozesse in „Echokammern“ als Selektionsinstrumente pluraler Meinungen ablaufen, illustriert der folgende Beitrag. Schließlich untersucht eine sprachanalytische Fallstudie exemplarisch, wie Zuschauerinnen und Zuschauer mit (Re-)Tweets *Tatort*-Krimis synchron kommentieren und so audiovisuelles Bildschirmgeschehen für sich „rekontextualisieren“.

Die „Medien- und Kulturanalysen“ des letzten Abschnitts befassen sich abermals mit unterschiedlichen Themen. Es geht um die Panikmache über Medienwirkungen (Aufenanger), den Boom und Kult von Zombies, den (möglichen) Einfluss der drei *Hobbit*-Filme auf alltägliche Lebensbewältigung (Paus-Hasebrink/Hasebrink), um Kulturen der Jugend(-lichkeit), Symbole und Icons auf Textilien, die über YouTube verbreitet werden, um die Entwicklung des Jugendmedienschutzes in Basel und schließlich um die Medienvielfalt ebenfalls in dieser Stadt. Als „Aufruf“, „alltägliche Medieninhalte und Mediengebrauchswesen zum wissenschaftlichen Gegenstand zu machen und ihnen mit nicht wertender Neugier zu begegnen“ (S. 19) (wie es Neumann-Braun in seinem imposanten Werk immer wieder exemplifizierte), wollen die Herausgebenden den Titel dieses Readers verstanden wissen; das bleibt sicherlich eine ständige, nie endende Aufgabe, aber dazu ist auch schon viel – nicht zuletzt von dem Jubilar selbst – geleistet worden.