

„stärkere Lösungsorientierung“, eine intensivierte „digitale Nachrichtenkompetenz“, „Adressierung jüngerer Zielgruppen“, „Kollaborationen trotz Wettbewerb“, „Förderung von Diversität“, Veränderungen des journalistischen Diskurses und „Transformations- und Zukunftsfähigkeiten“ (S. 323). Zusammengefasst bedeutet das, „Journalismus [ständig] völlig neu zu denken [...] und alternative Wege zu beschreiten“ (S. 324). Ob solche Maximen alle unter „Resilienz“ plausibel zu fassen sind und ob sie wirklich helfen, wenn zuvor zu Recht konstatiert wird, „Qualität im Journalismus [ist] bis dato in der Fläche nicht finanzierbar“ und die wenigen „gemeinwohlorientierten Ansätze“ wie Spenden, Genossenschaftsanteile, Stiftungsgelder, Querfinanzierung funktionierten allenfalls in Nischen, sei dahingestellt (S. 309). Die zahlreichen Beiträge dazwischen detailliert vorzustellen, ist aus Platzgründen unmöglich. Nur beispielsweise so viel: Eine Neurowissenschaftlerin plädiert für konstruktive Perspektiven im Journalismus, ein Medienredakteur sorgt sich um das Selbstverständnis von Journalisten, eine ehemalige „Spiegel“-Redakteurin verlangt, dass das Vertrauen der Rezipienten (wieder?) gewonnen wird, eine Wissenschaftsjournalistin sieht in Nischenprodukten wie dem Wissenschaftsjournalismus eine Chance, eine andere ähnlich im Umweltjournalismus, einige verlangen verstärktes Engagement im Online- und Digitaljournalismus, andere sehen Optionen in einem direkteren Lokaljournalismus, wieder andere vermissen eine diversere Adressierung, viele plädieren für eine größere Dialogbereitschaft und für Innovationen in Strukturen und Formen, aber auch für eine gewisse mediale Nachhaltigkeit. Viele Ideen, Ratschläge, Erfahrungen und auch Ernüchterungen sind hier versammelt, die letztlich allein von den Adressierten beherzigt, gewertet und umgesetzt werden können.

Anders geht der zweite Band vor: In einem umfangreichen, vielschichtigen Forschungsprojekt von 2018 bis 2022, das großen Wert auf Partizipation von Beteiligten legte, untersuchte das Münchner Media Future Lab Bedingungen und Chancen für einen zukünftigen, auch resilienten Journalismus. Dieser zweite Band ist die Veröffentlichung eines Bürgergutachtens in Form dieses „Bürgerbuches“ zum Abschluss, das das Vorgehen und die Ergebnisse von sechs Arbeitsgruppen der Bürgerkonferenz Medien, an denen 33 Teilnehmer\*innen in Zwickau, München, Leipzig und Tegernsee teilnahmen, ausführlich vorstellt. Vornehmlich verstanden sie sich als Kritiker\*innen des Mainstreams der etablierten (Massen-)Medien und haben ihre Positionen und Ideen jeweils selbst aufgeschrieben. Der Autor war dabei der Moderator/Koordinator und vergleicht diese Befunde mit denen des zur gleichen Zeit stattfindenden *ARD-Zukunftsdialogs*. Wie sehen nun die „utopischen Träume über einen idealen Journalismus“ (S. 271) aus? Abschaffen will das „Kronjuwel des deutschen Journalis-

mus“ (S. 270) niemand aus der Bürgerkonferenz, nur demokratischer, transparenter und bürgernäher sollen die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten werden, womöglich sogar ein wenig basisdemokratisch durch Abbau der Hierarchien und Mehrfachstrukturen sowie durch stärkere Mitbestimmung der Beitragszahler\*innen in gemeinsamen Gremien von Expert\*innen und Bürger\*innen bis hin zu einem „Rat für Nachhaltiges Informieren“ (S. 268). Aber auch Abhängigkeitsstrukturen von Wirtschaft und Politik sollen offengelegt werden, die gemeinwirtschaftliche Finanzierung soll erhalten bleiben. Aber wenn Bürger\*innen zu Laienproduktionen motiviert werden, sollen sie auch angemessen bezahlt werden. Insgesamt sollen die Programme dialogischer, hintergründiger und diverser werden, sodass möglichst alle Bevölkerungsgruppen zu Wort und Bild kommen und größere Sinnzusammenhänge dargelegt werden können, die nicht in Kurzform abgefrühstückt werden (S. 263). All diese Forderungen und Visionen müssten natürlich in konkrete Projekte und Programme umgesetzt werden – es bleibt abzuwarten, ob dies passiert und wie sie dann aussehen.

Prof. i. R. Dr. Hans-Dieter Kübler

## 6.

### Janosik Herder:

*Kommunizieren und Herrschen. Zur Genealogie des Regierens in der digitalen Gesellschaft.* Bielefeld 2023: transcript. 292 Seiten, 45,00 Euro (auch Open Access)

### Kommunizieren und Herrschen

Gegen die sogenannte „Kommunikationshypothese“, wonach Kommunikation „das Wesen des Menschen“ sei (S. 10), mit all den entwickelten Mitteln und Medien die Humanentwicklung vorangetrieben habe und nicht zuletzt ein unabdingbares Konstituens für Aufklärung und Demokratie verkörpere, macht der Autor in seiner Dissertation eine gegenteilige Argumentation auf: nämlich „Kommunikation als Macht“ (S. 12) und das sogenannte „Kommunikationsdispositiv“ als „politische Rationalität“ der Regierung von Subjekten (S. 27). Solche Setzung wirkt befremdlich, wird auch bis zum Ende nicht gänzlich plausibel, zumal der Begriff der Kommunikation offen, wenn nicht beliebig bleibt, eröffnet gleichwohl einige markante Einblicke in die europäische Kulturgeschichte. Denn für sie liefert Janosik Herder im Sinne Foucaults eine Genealogie, eine „Gegenerzählung“, die er mit der Veränderung der Kriegsführung im 18. Jahrhundert beginnen lässt und bis in unsere digitale Gegenwart, zum sogenannten „kommunikativen Kapitalismus“ (S. 224 ff.), fortführt. Mit der optischen, später elektrischen Telegrafie konnte die Machttechnik von der rigorosen Disziplin zur geistig-kommunikativen Führung der Soldaten wechseln. Im

19. Jahrhundert wurden mit „Entdeckung der Information, [der] Entdeckung der körperlosen Nachricht, die zwischen Sender und Empfänger zirkuliert“ (S. 144), durch Kybernetik und Informationstheorie der Zugriff auf und die Verfügung über das Subjekt als Ganzes erweitert, sodass es sich gegen die digitale Vernetzung und permanente mediale Vereinnahmung im 21. Jahrhundert nur noch mit der Entkoppelung des Selbst widersetzen kann. All diese Argumente seien „politische Theorie“, heißt es ganz am Ende (S. 262); in der nur kurz gestreiften „politischen Praxis“ bleiben nur Distanz, womöglich Abstinenz, Kritik, Widerstand und die unermüdliche Suche nach „echter“ Kommunikation.

Prof. i. R. Dr. Hans-Dieter Kübler

## 7.

### **Friederike von Gross/Renate Röllecke (Hrsg.):**

*Love, Hate & More. Digitale Teilhabe durch Medienpädagogik ermöglichen.* Dieter Baacke Preis Handbuch 17. München 2022: kopaed. 148 Seiten, 18,00 Euro

#### **Love, Hate & More**

Wie alle von der Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur (GMK) herausgegebenen Handbücher zum Dieter Baacke Preis enthält auch dieser 17. Band gut zur Hälfte Beiträge aus Forschung und Praxis, jeweils zum Themenspektrum des Sonderpreises innerhalb des Wettbewerbs. An der Schnittstelle zwischen „Love & Hate“ rückt der Band die vielfältigen Aspekte von Beziehungsentwicklung und -pflege junger Menschen auf den sozialen Plattformen in den Mittelpunkt. Die Beiträge aus unterschiedlichen Arbeitsbereichen widmen sich dem Empowerment rund um Identitätsbildung und den Grundbedingungen digitaler Teilhabe. Sie zeigen auf, wie Medienpädagogik zu einer gelungenen Kommunikation und risikoarmen Teilhabe Jugendlicher bei ihrem digital-analogen Beziehungshandeln beitragen kann. Peter Holzwarth behandelt beispielsweise audiovisuelle Formen der Identitätskonstruktion, Tanja Witting zeigt auf, wie gamingbezogene Beziehungsarbeit funktioniert, und Sabine Diener-Kropp beschäftigt sich mit dem Liebe(s)leben digital. Der anregende Praxisbericht von Eva Kukuk vom GMK-M-Team zu einem Workshop verschiedener Disziplinen zur Selbstbehauptung junger Mädchen bildet den Übergang zum zweiten Teil mit Preisträger:innen-Interviews. Diese Vorstellung prämiierter Projekte bietet eine Fülle an Inspiration für die medienpädagogische Praxis. Hier finden sich auch ausgezeichnete Projekte aus der Jugendmedienarbeit zum Themenfeld „Liebe & Hass“ wie die LGBTQ-Webserie *Kuntergrau* oder der Social-Media-Krimi *Unter Druck*, der die Themen „Cybermobbing“ oder „Hatespeech“ kreativ aufgreift.

Sabine Sonnenschein

## 8.

### **Oliver Ruf/Christoph H. Winter (Hrsg.):**

*Harald Schmidt. Zur Ästhetik und Praxis des Populären.* Bielefeld 2022: transcript. 306 Seiten, 45,00 Euro

#### **Harald Schmidt**

Es ist ein Buch für jene, zu deren Fernsehalltag noch Harald Schmidt gehörte. Das Kompendium nähert sich mit 16 zumeist kulturwissenschaftlichen Beiträgen (inklusive Vorwort und Einleitung) der TV-Ikone, die in den 1990er-Jahren zum hellsten Stern am deutschen Fernsehhimmel aufstieg. Das Buch kann auf verschiedene Weisen gelesen werden: als intellektuelle Auseinandersetzung, als empirische Materialzusammenstellung oder als Hilfe zur Erinnerung, warum wir Schmidt liebten. Wir, das war häufig das selbst publizierende, urban orientierte, medienaffine Milieu, aber nicht nur. Vor allem die *Harald Schmidt Show*, die 1995 auf Sendung ging und fast 20 Jahre in wechselnden Kontexten zu sehen war (zuletzt 2014 bei Sky), hat tiefe Spuren in der TV-Geschichte Deutschlands hinterlassen. Sie war ein elitäres Projekt in einem nicht elitären Umfeld und wurde oft kontrovers diskutiert.

Schmidt war ein Darling des Feuilletons, was in dem Beitrag von Christoph H. Winter gut herausgearbeitet wird. Ihm sei es lieber, so wird Schmidt zitiert, es lachten fünf Feuilletonchefs als ein Fußballstadion (S. 25, zitiert nach Sandra Kegel, FAZ, 17.05.2001), er sei einfach elitär. Es ist schon erstaunlich, wie obsessiv z. B. die „FAZ“ Schmidt begleitete.

Oliver Ruf nähert sich Harald Schmidt eher philosophisch-akrobatisch. In seinem Beitrag zur medienästhetischen Popularisierung geht es viel um die Thematisierung von Herkunft. Schmidt sei eigentlich immer dabei, nach Hause zu kommen oder heimzukehren (S. 84). Sarkastisch getöntes Lokalkolorit und Alltägliches waren hierfür signifikante Indizien. Thomas Hecken widmet sich der Frage, inwieweit es sich bei der *Harald Schmidt Show* überhaupt um eine Show im klassischen Sinne handelt. Er legt die Verwendung der Begriffe „Revue“ oder „Varieté“ nahe und bietet einen detaillierten Abriss zur Geschichte dieser Formate. „Die Harald Schmidt Show bot in ihrer erfolgreichsten Zeit bei SAT.1 eine eigenartige Synthese aus US-amerikanischer Late-Night-TV-Show, deutscher Kunstbühne und futuristischem Varieté“ (S. 98).

Die Nachwirkungen Harald Schmidts reichen deutlich bis in die heutige Fernsehwelt hinein. Jan Böhmermann, Katrin Bauerfeind oder Klaas Heufer-Umlauf gehörten zum Schmidt'schen Kosmos, doch sein Mix aus Witz, Intellektualität und Distanz bleibt bis heute unerreicht. Barbara Hornberger nennt ihn daher den „Uneigentlichen“ (S. 99 ff.). Sie verweist u. a. auf die Perfektionierung seines spezifischen, oft selbstreferenziellen Präsentationsstils. Die inter- und intramedialen Verweise sowie