

zunächst die Publikumsbeobachtung der Massenmedien beschrieben, der Zusammenhang von Organisation, Quantifizierung und Digitalisierung betrachtet und schließlich die Publikumsbeobachtung von Printmedien unter Internetbedingungen dargestellt. Ein Zwischenfazit fasst die theoretischen Erkenntnisse zusammen, benennt zentrale Forschungslücken und formuliert Forschungsfragen. Der empirischen Fallanalyse vorgelagert sind Erläuterungen zur methodischen Vorgehensweise. Im achten Kapitel wird ein Resümee gezogen und es erfolgt ein mediensoziologischer Forschungsausblick.

Die Arbeit ist insgesamt sehr gut lesbar und verständlich geschrieben, an manchen Stellen allerdings etwas redundant. Deutlich wird, dass die Sammlung und Auswertung von Publikumsdaten als ein komplexes, entscheidungsbedürftiges und transformatives sowie strukturell und sozial folgenreiches medienorganisationales Geschehen zu verstehen ist. Der „digital turn“ wandelt dabei nicht nur das Verständnis des Publikums, sondern macht auch interne Restrukturierungsmaßnahmen erforderlich. „Zur Publikumsverdichtung verläuft so gesehen eine komplementäre Organisationsverdichtung“ (S. 209), wodurch Redaktionen eine „folgenreiche Selbstbeobachtung und -thematisierung im Spiegel der Daten [erfahren]“ (S. 210). Die binnenorganisatorische Perspektive der Arbeit bietet damit nicht nur einen detailreichen Einblick in die Praxis der Onlinepublikummessung, sondern führt auch zu Thesen einer organisationsübergreifenden Verdichtung, die nicht auf Massenmedienorganisationen beschränkt bleiben müssen.

Dr. Claudia Töpfer-Ko

4.

Nick Couldry/Andreas Hepp:

Die mediale Konstruktion der Wirklichkeit. Eine Theorie der Mediatisierung und Datafizierung.
Wiesbaden 2023: Springer VS. 319 Seiten, 34,99 Euro

Die mediale Konstruktion der Wirklichkeit

1966 veröffentlichten Peter L. Berger und Thomas Luckmann ihr gemeinsames Werk *Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit* und begründeten mit diesem „meistgelesenen“ Buch (S. 8) in der Nachfolge von Max Webers verstehender Soziologie und von Alfred Schütz' Konzept der „Lebenswelt“ über die Sozialphänomenologie hinaus eine Theorie der sozialen Konstruktion von Wirklichkeit, die sie auch als Wissenssoziologie verstanden wissen wollten. Zum 50. Jubiläum der Publikation, also 2016, greifen die beiden Medienwissenschaftler Nick Couldry (London) und Andreas

Hepp (Bremen) dieses analytische „Grundanliegen“ erneut auf, nicht, um Berger und Luckmann „nachzubessern oder umzudeuten“ (ebd.), sondern um für die aktuelle gesellschaftliche Situation zu ergründen, wie Kommunikation und Medien in die Alltagswelt eingebettet sind, noch umfassender: wie Wirklichkeit heute nahezu gänzlich medial konstruiert ist. Denn erstaunlicherweise streifen die beiden Vorgänger Medien nur an einer Stelle recht cursorisch, obwohl in den 1960er-Jahren die Massenmedien, zuletzt das Fernsehen, schon weitverbreitet waren.

Die deutsche Ausgabe des Buches von Couldry und Hepp folgt erst jetzt dem englischen Original. Für die aktuelle gesellschaftliche Situation verwenden die beiden Autoren den Terminus der „tiefgreifenden Mediatisierung“ (S. 48 ff., S. 274 ff.), der als sogenannter „Metaprozess“ alle medialen, digitalen, konnektiven, organisatorischen und kommerziellen Dimensionen umfassen soll. Theoretisch streben sie eine „materialistische Phänomenologie der sozialen Welt“ an (S. 11), um sowohl materielle als auch symbolische Einflussdimensionen der Medien analytisch zu erfassen. Als weitere soziologische Referenz reklamieren die beiden Autoren vor allem das Spätwerk von Norbert Elias mit seiner Kategorie der „Figuration“, mit der sich das „komplexe Problem von Interdependenzen“ sowie „Folgen technologischer Medienvermittlungsprozesse“ als Antriebe des sozialen Wandels erfassen lassen (S. 15). Mit diesem theoretisch-analytischen Rüstzeug, zu dem viele sozial- und medienwissenschaftliche Theorien und Befunde profund und umfassend einbezogen werden, konzipieren Couldry und Hepp die aktualisierte, weitgehend mediatisierte Konstruktion gesellschaftlicher Wirklichkeit, wobei sie sich der unausweichlichen Abstraktion der sozialen Verhältnisse und Ungleichzeitigkeiten in einer differenzierten Welt durchaus bewusst sind.

Im ersten Teil werden die verschiedenen Beziehungsebenen zwischen dem „Sozialen“, der „Kommunikation“ und den „Medien“ definiert und freigelegt. Nach einer grundlegenden Reflexion über die soziale Welt als kommunikative Konstruktion wie als „Raum der Relationalität“ (S. 82) werden sodann vier „Mediatisierungsschübe“ als „grundlegender qualitativer Wandel der Medienumgebungen“ (S. 54) – nämlich Mechanisierung, Elektrifizierung, Digitalisierung und zuletzt Datafizierung – identifiziert, die in besagter „tiefgreifender Mediatisierung“ und in einer enormen „Medienmannigfaltigkeit“ (S. 48, S. 68 ff., S. 72 ff.) kumulieren. Der zweite Abschnitt befasst sich mit Implikationen der Medienvermittlung des Sozialen als Bausteine der Alltagserfahrung: Genannt werden als Dimensionen der sozialen Welt, die nur analytisch zu trennen sind: erstens Räume, die als soziale nicht nur materiell existieren, sondern durch Interaktionen, Medien und Netzwerke als Trans-

lokalitäten konstituiert werden; zweitens Zeit, die als objektive wie subjektive, soziale wie individuelle von technologiebasierter Kommunikation geprägt, beschleunigt und verdichtet wird und so Erfahrungen der permanenten Unmittelbarkeit und Erreichbarkeit generiert; und drittens Dateninfrastrukturen und vernetzte Plattformen, die das soziale Wissen mittels Technologien und Algorithmen materialisieren und es in Datenbanken externalisieren.

Im dritten Teil werden sogenannte Agencies, also Handlungsoptionen oder Praktiken, für verschiedene soziale Aggregationen erörtert, in denen Mediatisierungen wirksam werden: beim sogenannten Selbst etwa durch mediatisierte Sozialisation, Selbstreferenz und -monitoring, bei durch Medien geprägte Kollektivitäten als „sinnhafte Figurationen“ (S. 215) wie etwa Publika, Fan- und Onlinegruppen, aber auch Peergroups, Familien, pluralisierte Öffentlichkeiten, Foren, Bewegungen, Plattformen und „Brand Communities“ (S. 227 ff.) sowie – noch allgemeiner – bei diversen Organisationen und politischen Institutionen durch datafizierte soziale Ordnungen, die womöglich Konsensformen durch zwanghafte kommunikative Interdependenzen, durch Steuerung und Kontrolle überformen.

Als Fazit formulieren die Autoren ihre Absicht, für die „tiefgreifende Mediatisierung“ und Datafizierung, die nicht ohne Widersprüche und Spannungen auf allen Ebenen des sozialen Lebens auskommen, für den Wandel zur „medialen Konstruktion der Wirklichkeit“ wachsam machen zu wollen (S. 272). Und wenn daraus „Widerstand gegen diesen Trend“ erwächst, empfinden sie dies als „erfreulich“ (S. 273). Denn am Ende stehen gewichtige Fragen wie: Ist unser Zusammenleben, das immer stärker durch technologische und medienvermittelte Prozesse bedingt ist, nachhaltig? Ist es zumindest mit dem Aufrechterhalten guter Interdependenzbeziehungen vereinbar (S. 16)?

Antworten darauf fallen unweigerlich vorläufig aus. Aber womöglich ist dies auch eine Überforderung einer sozialwissenschaftlichen Analyse, die profund und kompetent, wenn auch vorzugsweise abstrakt, enorm konzentriert und daher nicht leicht zugänglich, häufig auch mit dem Anspruch des allein validen Paradigmas, eine soziologische Tradition aktualisiert und damit für die zeitgenössische Medien- und digitale Welt eine symptomatische Theorie der Konstruktion sozialer Wirklichkeit eindrucksvoll weiterführt.

Prof. i. R. Dr. Hans-Dieter Kübler

5.

Wolfgang Pensold:

Schöne neue Medienwelt. Zur Geschichte der Mediengesellschaft im digitalen Zeitalter. Wien/Köln 2023: Böhlau. 222 Seiten, 35,00 Euro

Schöne neue Medienwelt

Sollte es Zeitgenoss*innen geben, die die letzten 50 Jahre der digitalen Medienentwicklung verpasst haben, so könnten sie durch die Lektüre von Wolfgang Pensolds Buch ihren Wissensstand ziemlich lückenlos auf das heutige Niveau heben. *Schöne neue Medienwelt* liefert eine detaillierte, aber niemals langatmige Darstellung der wichtigsten Etappen der Digitalisierung der Medien und der Kommunikation. Sie beginnt mit dem Einzug des Computers in den Haushalt, dargestellt anhand der Produktpalette von Apple, vollzieht nach, wie die E-Mail in den Alltag tritt, nicht ohne darauf hinzuweisen, dass solche technischen Innovationen stets mehr sind als technologische Entwicklungsschritte: Sie verändern immer auch die menschliche Kommunikation und damit das gesellschaftliche Zusammenleben. Geschickt verwebt der Autor historische Daten, technologische Genealogien und soziale Folgen dieser Entwicklung. Bei der Lektüre ereilt den Leser immer wieder das nostalgische Gefühl, eigene Erfahrungen nachzuerleben. Der Aufstieg von Computer und Internet ist für viele Zeitgenoss*innen Teil der eigenen Medienbiografie. Immer wieder wird einem bewusst, dass viele der Innovationen, die längst unseren Alltag prägen, noch gar nicht so alt sind. Dass beispielsweise FaceTime erst seit 2010 mit dem iPhone 4 weite Verbreitung gefunden hat, ist ein solches Datum, ebenso wie die Tatsache, dass Letzteres bei seinem Erscheinen 2010 in den USA für gerade einmal 199,00 Dollar zu haben war. Erst die sorgfältige Datierung einzelner Technologien und Techniken führt uns die Schnelligkeit der Digitalisierung der Medienkommunikation vor Augen.

Pensold beschreibt Aufschwung und Fallstricke des E-Commerce ebenso wie den medientechnisch ermöglichten Aufstieg der Selfie-Kultur, geht auf Instagram, Snapchat und Photoshopping ebenso ein wie auf Ghosting, Stalking und Cybermobbing. Er beschreibt die Digitalisierung des Zahlungsverkehrs und den unaufhaltsamen Aufstieg von Amazon zum globalen Kaufhaus. Die Besprechung neuer Medienformen wie dem MP3-Player, dem E-Book-Reader oder dem Tablet geschieht nicht ohne Verweis darauf, wie Big-Tech-Konzerne stets darauf bedacht sind, die Kulturproduktion in proprietäre digitale Ökosysteme zu packen. Pensold erklärt das Geschäftsmodell von Google und die Ankunft einer ausufernden Datenökonomie, die immer genauere Vermessung des digitalen Menschen in seiner primären Rolle als Kund*in. Auch die sogenannte Sharing Economy, die Karriere des Homeoffice, die Anfänge von