

sich allerdings gut in das erste Kapitel zur Morphologie der Figur gefügt.

Insgesamt bietet der Band einen reichhaltigen Einblick in die aktuelle Figurenforschung unterschiedlicher geistes- und kulturwissenschaftlicher Disziplinen. Auch wenn der Figurenbegriff nicht bei allen Beiträgen gleichermaßen scharf ausgeprägt ist, treten in der Gesamtschau die Kohärenzen und Differenzen zwischen den verschiedenen medialen Figurenformationen anschaulich hervor. Dabei zeigt sich auch, dass Figuren als „Universalien des Mediensystems“ schon immer intermedial angelegt waren – ein Ergebnis, das für zukünftige Auseinandersetzungen mit transmedialen Formen der Figur im digitalen Zeitalter wichtige Anhaltspunkte bietet.

Kathrin Fahlenbrach

#### Literatur:

- Eder, Jens (2008): Die Figur im Film. Grundlagen der Figurenanalyse. Marburg.  
 Jannidis, Fotis (2004): Figur und Person. Beitrag zu einer historischen Narratologie. Berlin.

#### Eggo Müller

##### Not only Entertainment

Studien zur Pragmatik und Ästhetik der Fernsehunterhaltung

Köln: Halem, 2011. – 282 S.

ISBN 978-3-938258-86-6

In dem vorliegenden Buch entwickelt Eggo Müller eine pragmatische medientheoretische Perspektive, die er als Rahmentheorie für die Analyse des aktuellen Medienwandels versteht. Mit der gezielten Zusammenstellung von zehn seiner bislang zu diesem Problembereich erschienenen Beiträge – im Rahmen seiner Habilitation – handelt es sich damit um mehr als eine bloße Textzusammenstellung. Vielmehr werden die bearbeiteten Aufsätze von einer fundierten Einleitung mit dem Titel „Zur Pragmatik und Ästhetik der Fernsehunterhaltung“ sowie einem Ausblick mit dem Titel „Unterhaltung im Zeitalter der Konvergenz“ eingerahmt. Die bereits an anderen Orten in den Jahren 1995 sowie im Zeitraum von 2002 bis 2008 erschienenen Aufsätze und Studien (fünf davon in der Zeitschrift *Montage/AV*) bieten eine Vertiefung seiner pragmatischen Medientheorie anhand der Analyse unterschiedlicher unterhaltender Genre, angefangen bei der Sport- bzw. Fußballberichterstattung über Unterhaltungsshows bis hin zu den performativen Unterhaltungsformaten. Dadurch ergibt sich auch für

die weitere medien- und kommunikationswissenschaftliche Auseinandersetzung mit der Fernsehunterhaltung neben der beabsichtigten begrifflichen und theoretischen Fundierung eine interessante Zusammenfassung der wesentlichen Stationen des Fernsehwandels aus den letzten zwanzig Jahren.

Unter „Pragmatik“ versteht Müller eine prozessuale, auf die „spezifische Wechselwirkung von (1.) *institutionellem Rahmen*, (2.) *ästhetischer Qualität* des Fernsectextes und (3.) *spezifischer Rezeptionssituationen* als Möglichkeitsbedingung von Unterhaltung“ (52) gerichtete Perspektive. In der Anwendung dieser Perspektive zur Analyse der gewachsenen Rolle der Unterhaltung zielt Eggo Müller auf mehr als auf eine bislang in pragmatischer Hinsicht verstandene Beantwortung der Frage, was Menschen in ihrem Verhältnis mit Medien machen und wie sie sich gegenüber Medien und Unterhaltung verhalten oder äußern. Konkret geht es um eine Theorie, die eine Brückenbildung zwischen den medienpsychologischen, kommunikationswissenschaftlichen und kulturwissenschaftlichen Traditionslinien in der Auseinandersetzung mit der Fernsehunterhaltung verfolgt, da die genannten Positionen „Unterhaltung“ alle mehr oder weniger entweder produkt- oder rezeptionsspezifisch betrachten, ohne eine an institutionellen Prozessen orientierte Verbindung zu verfolgen.

An dieser Stelle streicht Müller in der Einleitung starke Berührungspunkte mit der ebenfalls integrativ angelegten Unterhaltungstheorie von Werner Früh heraus, beharrt aber auf dem Unterschied, dass Unterhaltung keineswegs bloß sein kann, was unterhält, weil diese individuelle bzw. psychologische Perspektive den komplexen historischen und sozialen Institutionalisierungsprozess von Unterhaltung im Unterschied zur Unterhaltsamkeit positivistisch ausblendet. In kritischer Einbeziehung der Perspektive und Position Hans-Otto Hügels gelingt Müller eine überzeugenden Diskussion und Klarstellung des Unterhaltungsbegriffs, die über die Verkürzungen der medienpsychologischen und kommunikationswissenschaftlichen Konzepte hinausweist.

Ein zentrales Thema in der Auseinandersetzung mit Unterhaltung, die von Unterhaltsamkeit streng zu unterscheiden ist, bildet in der Einleitung das jüngere Konzept der „Unterhaltungsöffentlichkeit“. Nach Müller kommt es nicht von ungefähr, dass die aktuellen Probleme mit der Unterhaltungsöffentlichkeit aus dem begrifflich bislang uneindeutigen Umgang mit Unterhaltung herrühren. Darüberhinaus ist diese Entwicklung aber auch als Ergebnis

sozialer, kultureller (ästhetischer) sowie institutioneller Veränderungen und Prozesse zu verstehen, für die die Öffentlichkeitstheorie bislang nur schwach gerüstet ist. Mit dem Heranwachsen von „Unterhaltung“ in die unterschiedlichen Felder der Massenkommunikation ist jedoch von deren öffentlichkeitsprägender Wirkung auszugehen, wie bereits die Arbeiten von Dörner, Hartley, van Zoonen, Dyers gezeigt haben.

Dass für Müller neben dieser zentralen Frage in der Auseinandersetzung mit Unterhaltung in weiteren Beiträgen gerade die Sportkommunikation und insbesondere der Fußball einen wichtigen Gegenstand bildet, versteht sich indes nicht von alleine. Aber nach Müller lassen sich gerade an der Rolle und Stellung populärer Sportarten in der Unterhaltungsproduktion und der Art und Weise der Berichterstattung über diese Formen des Sports relevante Rückschlüsse auf die veränderte Pragmatik der Unterhaltung ziehen. Wichtig erscheint ihm, dass Sport und insbesondere Fernsehfußball durch Formen der „Narrativierung, der Stilisierung und der Reflexion systematisch auf das Zustandekommen einer Unterhaltungserfahrung“ (73) gepolt werden. Im Unterschied dazu ist die durch den Kommentar erfolgte Narrativierung des Gesehenen für die Herstellung des Gemeinschaftserlebens im Stadium aber auch im öffentlichen Raum, etwa beim Public Viewing, überflüssig. Die ästhetische Form der Unterhaltung ist eine andere, im institutionalisierten Rahmen der Unterhaltungsproduktion zielen beide Formen aber durchaus vergleichbar auf die Stiftung von Gemeinschaft sowie Identität.

Das Zusammenspiel der oben genannten drei Dimensionen verdeutlicht und beleuchtet Müller auch an dem aktuell weiterhin beobachtbaren Prozess des performativen Realitätsfernsehens. Der schon 1995 in der Zeitschrift *Montage/AV* unter dem Titel „Fernsehunterhaltung goes reality“ erschienene Text ordnete bereits viele der Entwicklungen in pragmatischer Perspektive ein, die bis heute in der Unterhaltungsforschung umstritten sind.

Ob die Ausführungen in dem das Buch abschließenden Schlussteil ebenso weitsichtig sind, wie die in den vorangehenden Studien, wird sich erst an den zukünftigen Entwicklungen zeigen. Die auf den Studien aufbauende theoretische Reflexion versteht sich jedenfalls zu Recht als ein Angebot für künftige Forschungen. Für diese ist zu hoffen, dass auch von den getroffenen begrifflichen Unterscheidungen Gebrauch gemacht wird. Für kommende Auseinandersetzungen hat Müller unter dem stimmigen Titel „Not only Entertainment“ eine

bereits an zahlreichen Fallbeispielen erprobte Perspektive zu einem begrifflich und theoretisch belastbaren Rahmen weiterentwickelt.

Udo Göttlich

**Anja Peltzer**

### **Identität und Spektakel**

Der Hollywood-Blockbuster als global erfolgreicher Identitätsanbieter

Konstanz: UVK 2011. – 240 S.

ISBN 3-531-14870-2

In Zeiten fortschreitender Individualisierung und Globalisierung avanciert der Begriff der Identität zu einem zentralen Erklärungsmoment, das nahezu universalistisch jegliches soziales Phänomen einer modernen Gesellschaft zu beschreiben und deuten vermag. Insbesondere im Hinblick auf die Auswahl, die Zuwendung und die Aneignung von Medien, Medieninhalten und Medienfiguren verspricht es, mehr oder weniger plausible Zusammenhänge zwischen den individuellen Lebenslagen und Lebensbewältigungen moderner Menschen und ihren besonderen Medienpräferenzen aufzuzeigen. Anders ausgedrückt: Die gesellschaftlichen Anforderungen, die an das moderne Individuum gestellt werden, implizieren eine bestimmte Art und Weise, sich mit medialen Angeboten sinn- und identitätsstiftend auseinanderzusetzen. Diese Sichtweise hat sich in den vergangenen zwei Jahrzehnten insbesondere durch die zunehmende Reputation der Grundannahmen und Befunde der Cultural Studies sowie des Einsatzes von subjekt-handlungsorientierten Forschungsparadigmen und nicht zuletzt der verstärkten Diskussionen um eine Theorie der Mediensozialisation durchgesetzt.

Die Dissertation von Anja Peltzer, die Anfang des Jahres als Buch erschienen ist, knüpft an die vornehmlich in der Soziologie, Kommunikationswissenschaft und Medienpädagogik geführten Auseinandersetzungen an. Die Autorin widmet sich im ersten Drittel ihres Buches dem theoretischen Überbau, in dem sie zunächst in klassische Ansätze einführt, die die Entstehungsbedingungen und Notwendigkeiten personeller Identität erörtern. Sie arbeitet heraus, inwieweit die im Rahmen globaler Medienkulturen generierten, populären Identitätsangebote des Hollywood-Films von den Rezipienten für ihre Identitätskonstruktionen genutzt werden können. Dabei arbeitet sie gewissenhaft den Stand der Diskussion um die Metaprozesse Globalisierung und Mediatisierung auf und versucht, diese im Hinblick auf ihre je-