

Neue Medien

Anandam Kavoori: *Digital Media Criticism*

New York: Peter Lang 2010 (Reihe Digital Formations, Bd. 62), 156 S., ISBN 978-1-4331-0914-0, € 20,70

Mit *Digital Media Criticism* begegnet dem Leser eine Textsorte, die in der deutschsprachigen medienwissenschaftlichen Literatur eher selten anzutreffen ist: ein Lehrbuch für Bachelorstudenten, „written to invite them into a conversation about the culture of the digital age.“ (S.ix) Entsprechend liegt der Schwerpunkt des Buches vorrangig auf anwendbaren Konzepten im Seminarunterricht und nicht auf dem systematischen Überblick über die Gegenstände, Theorien und Methoden im Feld der digitalen Medien, wie dies bei den einschlägigen Einführungen oder Readern sonst der Fall ist. Mit den Worten von Kavoori: „It is not an advanced theoretical treatment of any of the themes of each chapter but rather a focused application of each of the methods of media criticism as they are applied to digital culture.“ (S.x)

Das titelgebende Leitkonzept einer digitalen Medienkritik ist hierbei am Bildungsanspruch von *media literacy* orientiert, d.h. der medialen Kompetenz, die ‚Texte‘ der neuen Medien in ihren kulturellen und historischen Kontexten verstehen zu können und daraus schöpfend zu einer kritisch-reflektierten Mediennutzung zu gelangen. Laut Kavoori handelt es sich bei den digitalen Medien zwar nicht um die Träger eines dramatischen Umbruchs, aber durchaus um „new ways of configuring issues of production, consumption and distribution of media“ (S.1), die die Verhältnisse von kulturellem Tausch („Sharing“), Sozialisierung („Socializing“), Kommunikation („Communication“) und Interaktion („Interacting“) affizieren und folglich neue textanalytische Strategien erforderlich machen.

Inspiziert von diesen Kategorien bietet Kavoori sodann vier exemplarische Fallanalysen, an denen das übergreifende Konzept der Medienkritik für den jeweiligen Gegenstand spezifiziert wird: Zunächst für eine Typologisierung von YouTube-Videos unter Aspekten der ‚Genrekritik‘ („genre criticism“). Sodann für die Analyse von Facebook-Profilen und Interfacefunktionen im Rahmen einer ‚Autorenkritik‘ („auteur criticism“), wobei hier der jeweilige Nutzer als Autor seiner Selbstdarstellung verstanden wird. Weiterhin für die ‚kulturkritische‘ Betrachtung („cultural criticism“) von Mobiltelefonen, die sich über die Formen und Funktionen den hinter der Technik liegenden Ideologien anzunähern versucht. Und schließlich in einem ‚autoethnographischen‘ Selbstversuch („ethnographic criticism“) die persönliche Annäherung des Verfassers an Videospiele, in der v.a. der repräsentative Charakter der performativen Spieltexte problematisiert wird.

Festzuhalten ist, dass die Analysen in ihrer Zuspitzung auf diese Einzelaspekte

viele Problemfelder der Gegenstände ausklammern, während auch im Hinblick auf ihre theoretische Basis vereinzelt Ergänzungsbedarf auszumachen ist. In der um eine systematische Erfassung der einzelnen Funktionen bemühten Vorgehensweise sowie in den produktiven Ansätzen, die Phänomene als Texte lesbar zu machen, erfüllt die vorliegende Publikation jedoch ihren konzeptionellen Anspruch einer gegenstandsnahen Heranführung der Studenten an die digitalen Medien. Äußerst positiv in diesem Zusammenhang ist die Struktur des Buches: Nicht nur öffnet jedes Kapitel mit nachvollziehbaren Problemaufrissen und schließt mit ebenso plausiblen Zusammenfassungen, sondern werden darüber hinaus zu jedem Themenbereich verschiedene Übungs- und Arbeitsaufgaben vorgeschlagen, die, auch wenn man sie nicht eins zu eins übernehmen mag, doch als Anregung dienen können. Zusammenfassend lässt sich daher sagen, dass in Bezug auf den theoretischen Anspruch sowie den systematischen Überblick das Buch sicherlich nicht als ‚Standalone‘-Lösung für ein Analyseseminar dienen kann, aber im Rahmen ergänzender und weiterführender Konzepte gut anwendbare Analyserahmen und –beispiele liefert, gerade für Studierende in den ersten Semestern.

Thomas Nachreiner (Erlangen-Nürnberg)