

Marie Zarda

## **Bridget Rubenking, Cheryl Campanella Bracken: Binge Watching: Motivations and Implications of Our Changing Viewing Behaviors**

2021

<https://doi.org/10.25969/mediarep/17910>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

### **Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:**

Zarda, Marie: Bridget Rubenking, Cheryl Campanella Bracken: Binge Watching: Motivations and Implications of Our Changing Viewing Behaviors. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 38 (2021), Nr. 3\_4, S. 369–370. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/17910>.

### **Nutzungsbedingungen:**

Dieser Text wird unter einer Creative Commons - Namensnennung 3.0/ Lizenz zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu dieser Lizenz finden Sie hier:

<http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>

### **Terms of use:**

This document is made available under a creative commons - Attribution 3.0/ License. For more information see:

<http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>

**Bridget Rubenking, Cheryl Campanella Bracken: Binge Watching: Motivations and Implications of Our Changing Viewing Behaviors**

New York: Peter Lang 2020, 193 S., ISBN 9781433161933, EUR 102,95

Mit ihrem Buch *Binge Watching: Motivations and Implications of Our Changing Viewing Behaviors* geben Bridget Rubenking und Cheryl Campanella Bracken eine weitgreifende und ordentliche Übersicht über das Medienphänomen *binge watching* und den aktuellen Forschungsstand rund um historische, industrielle, soziale und individuelle Dimensionen des populären Konsummodus. Inhaltlich strukturiert ist der Text dabei in sieben Kapitel: eine Einleitung, die auch einen Definitionsentwurf für *binge watching* vorstellt (vgl. S.1-20), einen historischen Abriss über Entwicklungen im nordamerikanischen Fernsehen und die Ermöglichung von Zuschauer\_innen-eingriffen in die Programmgestaltung (vgl. S.21-42), eine Verhandlung von Aspekten der Produktion und Distribution von *bingeworthy* Inhalten (vgl. S.43-76), Perspektiven auf soziale und gemeinschaftliche Dimensionen des *binge watching* (vgl. S.77-112), Auswertungen von Zuschauer\_innen-motivationen anhand unterschiedlicher ethnografischer Herangehensweisen (vgl. S.113-136) sowie eine Abwägung der Konsequenzen des *binge watchings* (vgl. S.137-170). Abschließend fassen die Autorinnen ihre Erkenntnisse in einem Fazit zusammen und bieten eine Prognose für die Zukunft des *binge watchings* (vgl. S.171-190), wobei sie sich entschieden gegen eine Darstellung von *binge watching* als Sucht

(„Addiction“ [S.179]) aussprechen und eine Reihe von Forschungsdesideraten und möglichen Anschlusspunkten aufführen (vgl. S.181-185).

Insgesamt werden damit eine Reihe wichtiger Dimensionen des *binge watchings* vorgestellt und innerhalb der Zuschauer\_innenforschung kontextualisiert. Als besonders gelungen möchte ich dabei das fünfte Kapitel herausstellen, in dem die Autorinnen nicht nur aktuelle mediensoziologische Forschungen vorstellen und sie zuschauer\_innentheoretisch einordnen, sondern auch konstruktiv aktuelle Ansätze kritisieren und sich für eine Ausweitung der Forschungsweisen aussprechen (vgl. S.117f.). Auch betonen sie als Alleinstellungsmerkmal des *binge watchings* weniger die quantitativen Aspekte des Medienkonsums, sondern seine qualitativen Eigenschaften, die diesen Rezeptionsmodus bestimmen (vgl. S.119ff.). Dennoch bleiben die Autorinnen dabei reflektiert und stellen die Stärken und Schwächen beider Herangehensweisen vor, jeweils gestützt und kontextualisiert durch Zuschauer\_innenstudien und die kritische Evaluation ihrer Reichweite. Das sechste Kapitel baut auf den präsentierten Erkenntnissen auf und stellt die „Outcomes“ (S.140) des *binge watchings* bezogen auf Individuen und die Medienindustrie vor, wobei der Anspruch der Autorinnen, eine qualitative Auswertung von *binge watching* und seinen

Effekten vorzunehmen, weiterhin verfolgt wird.

Tatsächlich jedoch zu kritisieren ist meines Erachtens das vierte Kapitel. Zwar klären die Autorinnen sowohl historische als auch zeitgenössische Dimensionen des sozialen und gemeinschaftlichen Fernsehens auf, allerdings wird die Komponente des *binge watchings* hier zum größten Teil außenvorgelassen. So werden Ergebnisse in jeweils einer guten halben Seite an zwei Stellen im Kapitel auf das *binge watching* übertragen (vgl. S.95 und S.102), die im übrigen Kapitel vorgestellte Forschung bleibt allerdings ohne Konsequenzen für den Erkenntnisgewinn. Zwar stellen die Autorinnen spannende Positionen zu einerseits den sozialen Bedingungen sowie auch den gemeinschaftlichen Konsequenzen von Fernsehen vor, der Bezug auf das *binge*

*watching* kommt meines Erachtens aber entschieden zu kurz. Dennoch bietet auch dieses Kapitel einen spannenden Beitrag durch den Bezug zur Kuration von Inhalten und ihren bedeutenden Einfluss auf Streaming-Plattformen, wenn auch dieser Aspekt nur am Rande behandelt wird (vgl. S.100-102).

Rubeking und Brackens Buch ist ein gelungenes Überblickswerk, das viele der unterschiedlichen Dimensionen des *binge watchings* und des aktuellen Forschungsstands zum Thema beleuchtet. Gerade als zusammenfassender Beitrag zur Zuschauer\_innenforschung bietet der Text eine Grundlage, die den Einstieg und Anschluss im Besonderen an die Ethnografie ermöglicht und unterschiedliche Positionen und Forschungszweige vorstellt.

*Marie Zarda (Marburg)*