**Cornelia Brantner, Gerit Götzenbrucker, Katharina Lobinger,
Maria Schreiber (Hg.): Vernetzte Bilder: Visuelle Kommunikation
in Sozialen Medien**

Köln: Herbert von Halem 2020, 318 S., ISBN 9783869624846, EUR 32,-

Basierend auf Beiträgen zur Jahrestagung der DGPK-Fachgruppe Visuelle Kommunikation 2018 stellen die vier Herausgeberinnen eine spannende und theoretisch wie methodisch vielfältige Sammlung von Fallstudien und übergeordneten Überlegungen „an der Schnittstelle von Visueller Kommunikationsforschung und Online-Forschung“ (S.12) zusammen, welche dem

eigenen Postulat, „die jeweiligen theoretischen und empirischen Grundlagen für die Forschung wechselseitig nutzbar [zu] machen“ (ebd.), gerecht wird.

Die dreizehn Beiträge des Bands sind in drei Schwerpunkte gegliedert: „I. Visuelle Lebensentwürfe in sozialen Medien“, „II. Professionelle Bilder in sozialen Medien“, und „III. Viralität, Mobilisierung, Skandalisierung, Überwachung“. Sie warten mit zahlreichen Beispielen auf, welche die Ubiquität vernetzter Bilder in unterschiedlichen gesellschaftlichen Bereichen verdeutlichen: etwa in der Kommunikation von Lebensgeschichte(n), in der katholischen Glaubensgemeinschaft von Frauen, der Darstellung und dem Austausch von Erfahrungen der Mutterschaft, im politischen Aktivismus, im *Visual Storytelling* des Wahlkampfes (österreichischer, aber auch US-amerikanischer Politiker_innen) sowie in der journalistischen Bildberichterstattung. Zwei dieser Perspektiven seien im Folgenden exemplarisch vorgestellt.

Dagmar Hoffmann und Laura Velten liefern mit ihrer vergleichenden Fallanalyse der Bildveröffentlichungen von „Celebrity-Müttern“ bei *Instagram*“ (S.264-287) eine überzeugende Abbildung der Dynamiken, mit denen (insbesondere berühmte) Mütter in sozialen Medien täglich umgehen müssen. Generell sei festzuhalten, dass jegliche „Thematisierung von Mütterlichkeit [...] für Celebrities nicht risikolos“ (S.282) ist, da ihnen oftmals als be- und abwertende Reaktionen auf das sichtbar gewordene Verhalten „Dogmatismus und verbale[...] Vehemenz“ (ebd.) entgegenschlagen. Jedoch

sei die Lage keinesfalls so schlimm, wie manche Zeitungsmeldung vermuten lasse: Viele Empörungswellen würden durch „Empörer*innen der Empörung“ (S.270) dahingehend reguliert, dass diese ihrerseits Kritiken anprangerten, welche sie als zu harsch empfänden; „sich negativ entwickelnde Kommunikationsdynamiken“ (S.282) würden so durchbrochen. Entsprechend kommen die Autorinnen in ihrem Beitrag zur Skandal- und Shitstormforschung zu dem Schluss, dass im Umfeld der untersuchten Celebrity-Mütter zwar vielfach ungefragt Kritik geübt werde, jedoch keine tatsächlichen Shitstorms vorlägen. Vielmehr sei es wahrscheinlicher, dass Journalist_innen Kommentarspalten selektiv instrumentalisierten, um „aus marginalen Ereignissen einen Aufreger zu machen“ (S.283). Der Beitrag weist Anschlussfähigkeit sowohl zu den *Gender Media Studies* als auch den *Fan and Celebrity Studies* auf.

Dass hinter den so alltäglich gewordenen Massen von Bildern nicht nur Celebrity- oder Amateurkulturen, sondern auch zunehmend prekäre Arbeitswelten stehen, wird in Evelyn Runge's Beitrag „Zwischen ‚Bildproduktionsmaschine‘ und dem ‚geilsten Job der Welt‘ [...]“ (S.196-215) deutlich, der Interviews mit Fotoredakteur_innen und Fotojournalist_innen auswertet und hierbei wertvolle Einblicke in ein wenig erforschtes Berufsfeld sowie Bedingungen des globalen Bildermarkts aus einer Praxis- und Akteur_innen-zentrierten Perspektive ermöglicht.

Runge's Gespräche mit Personen, die in Fotojournalismus, Fotoredaktion und Fotoproduktion tätig sind,

widmeten sich deren konkreten organisatorischen Arbeitsbedingungen und adressierten übliche Kooperationen ebenso wie Fragen der Finanzierung. Die befragten Fotoredakteur_innen, die generell über eine hohe intrinsische Motivation und Freude an ihrer Arbeit verfügten, beklagten eine mittlerweile „in die Tausenden gehende[] Masse an Bildern“ (S.202), die täglich von viel zu wenigen Personen gesichtet werden müsse. Die Fotojournalist_innen, welche ihr teures Arbeitsgerät stets selbst finanzierten, sahen sich wiederum zu einer Diversifizierung der jeweiligen Arbeitsfelder in Bereiche der Lehre sowie der kommerziellen Fotografie gezwungen: „Ohne Mischkalkulation wäre fotojournalistische Arbeit als einzige finanzielle Lebensgrundlage für die meisten Befragten nicht möglich“ (S.208). Zunehmend gäbe es Erwartungen an die Befragten, als „Bildproduktionsmaschine“ (so der Interview-Wortlaut, ebd.) immer mehr Material zu liefern oder etwa auch Videos für durch Redaktionen später angefertigte Stills zu liefern.

Der Beitrag ist eine Momentaufnahme sich schnell verändernder Arbeits- und Produktionsbedingungen in Fotojournalismus, Fotoredaktion und -produktion und bietet wertvolle Anchlüsse zu den *Workplace Studies*, den *Cultural and Creative Industries Studies* sowie zur Medienwandel- und Prekaritätsforschung. Die Herausgeberinnen folgern zu Recht, dass das Feld der Visuellen Kommunikationsforschung von einer Stärkung solcher Forschung zu Berufsfeldern profitieren würde (vgl. S.19).

Eines der großen Verdienste des Bandes ist, auch plattformübergreifend mediale Praktiken in den Blick zu nehmen. Er eignet sich aufgrund seiner Methodenvielfalt bei anschaulichen und vielfältigen Beispielen sowie einem abschließenden forschungsethischen Fazit von Rebecca Venema, Daniel Pfurtsceller und Katharina Lobinger auch und besonders für die Vermittlung in der medien- und kommunikationswissenschaftlichen Lehre.

Sophie G. Einwächter (Marburg)