

Silke Walther

Emma Keltie: The Culture Industry and Participatory Audiences

2019

<https://doi.org/10.17192/ep2019.1.8035>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Walther, Silke: Emma Keltie: The Culture Industry and Participatory Audiences. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen / Reviews*, Jg. 36 (2019), Nr. 1, S. 42–43. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep2019.1.8035>.

Nutzungsbedingungen:

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

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

Terms of use:

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

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

Emma Keltie: The Culture Industry and Participatory Audiences

Basingstoke: Palgrave Macmillan 2017, 152 S., ISBN 9783319490274, EUR 96,29

Partizipation gilt in Zeiten des raschen Wandels durch Internet und *platform-economy* mehr denn je als erklärtes Ziel im Sinne demokratischer Werte. Aus Sicht des Medienkritikers Robert W. McChesney kann eine „informed public participation“ (*Rich Media, Poor Democracy*. Urbana/Illinois, Chicago: University of Illinois Press, 1999, S.281) als Basis demokratischer Kultur durch hyperkapitalistische Geschäftsmodelle jedoch mindestens als bedrängt gelten (vgl. ebd. S.184-185). Antidemokratische Aspekte als Systemschwäche der *corporate media* zu identifizieren hat seit Max Horkheimers und T.W. Adornos marxistischer Analyse der Kulturindustrie eine lange Tradition. Daran knüpft Emma Keltie in ihren kultur- und mediensoziologischen Essays über Partizipation in einer von Konvergenz geprägten Internetkulturindustrie an. In sieben Kapiteln analysiert sie, wie neue Partizipationspraxen sich ausbreiten, welche Kulturproduktion sie ermöglichen und warum die ‚kolonisierte‘ (vgl. S.2) Form vormals freier Praxen das Ende hyperkapitalistischer Internetkulturen darstellt: Produkte und Services der Digitalökonomie folgen der Logik des ökonomischen Wachstums und suchen dieses über die Ausnutzung der einst ‚Publikum‘ genannten unbekannteren Größe aus unzähligen Medienkonsument_innen zu steigern. Als ‚partizipatorisches Utopia‘ (S.35) erörtert Keltie Machtgefälle hinter den Foren aktiver Wissenspro-

duktion wie Blogs, sozialen Netzwerken, Videoplattformen, Wikipedia und die Rolle engagierter bis subversiver Nutzer_innen. Zentrale These ist die relational-strukturelle Ungleichheit zwischen Unternehmen dieser Kulturindustrie und dem engagierten „agentic audience“ (S.59), die in eine Kritik der eingebildeten Souveränität seitens der vom Profit ausgeschlossenen Kulturproduzent_innen mündet. Da neue Ertragsmodelle in den Bereichen *Augmented Reality*, *Videostreaming* und *Artificial Intelligence* rasch gewohnte Produktions-, Distributions- und Konsumptionsgewohnheiten des Zielpublikums verdrängen, ist der Hinweis auf eine strategisch limitierte „authorized participation“ (S.133) der Prosument_innen für konkrete Fallstudien interessant.

Kelties Analyse aktueller Trends knüpft unter anderem an Pierre Bourdieus Feldtheorie und die *Critical Information Studies for a Participatory Culture* von Henry Jenkins an (http://henryjenkins.org/2009/04/what_went_wrong_with_web_20_cr.html), um den Wandel der Partizipationsformen am Beispiel australischer Medienunternehmen im Zusammenspiel mit der künstlerischen Kreativkultur und der Filmproduktion zu erläutern. Vormals auf Emanzipation, Teilhabe und *community empowerment* abzielende Praxen der (Amateur-) Filmproduzent_innen im Netz würden zügig von Unternehmen für andere Zwecke wie Marketing

und Distribution adaptiert. Zugleich werde die Utopie eines ‚democratic space‘ für alle rhetorisch fortgeschrieben, doch fördere nicht jedwede Aktivierung mittels Partizipation *per se* eine demokratische Kultur (vgl. S.1, S.5 und S.11). Ebenso wenig seien digitale Marktplätze imstande, Individuen durch Teilhabe am technologischen Produkt automatisch aus asymmetrischen Eigentums- und Rechtsverhältnissen zu befreien. Am Beispiel der alternativen Filmförderung durch Crowdfunding unterstreicht die Autorin, wie ungerecht steuerliche Entlastung zwischen Partizipator_innen und Unternehmen der Kulturindustrie 2.0 verteilt sind. Das Fazit dieser schlanken Studie richtet sich gegen naive Varianten des aktuellen Partizipationsdiskurses: Die Realität ist von der Rhetorik partizipatorischer Paradiese wie von Theorien der Zuschauer_innenschaft entfernt: Internetbasierte Partizipation mag einerseits gegen tradierte Machtverhältnisse der alten Kulturindustrie wirken, andererseits basieren die Geschäftsmodelle der partizipativen

Kulturindustrie heute auf einer Ausbeutung über die kontrollierte Beteiligung von Zielgruppen (vgl. S.137). „Internet-based storytelling and audience activities“ (S.41, S.65) zeigten so ein Ringen um Kontrolle, wobei Unternehmen über Vertrieb und Recht usurpierend wie regulierend auf Neues und Nonkonformität einzuwirken versuchten. Keltie erörtert am Beispiel von Fan Fiction und Webserien, wie schnell die Einverleibung kritischer Partizipation erfolgen und aus Disruption Mainstream werden kann. Transformationen durch ‚autorisierte Partizipation‘ der Digitalökonomie betreffen tatsächlich jede_n. Daher wird dieser Appell zur Selbstermächtigung freier Kultur- und Filmproduzent_innen vor laufenden Entwicklungen in Datenschutz und Urheberrecht einige Anregungen geben können, wie die Kommodifizierung partizipativer Kulturproduktion in den vielen Netzen der Plattform-Abhängigkeiten unterlaufen werden kann.

Silke Walther (Bochum/Karlsruhe)