

Anne Ganzert

Annette Hill, Peter K. Lunt (Hg.): The Routledge Companion to Media Audiences

2025

<https://doi.org/10.25969/mediarep/24096>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Ganzert, Anne: Annette Hill, Peter K. Lunt (Hg.): The Routledge Companion to Media Audiences. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 42 (2025), Nr. 3, S. 398–399. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/24096>.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Creative Commons - Namensnennung 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 - Attribution 3.0 License. For more information see:

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

Annette Hill, Peter K. Lunt (Hg.): The Routledge Companion to Media Audiences

London/New York: Routledge 2024 (Routledge Media and Cultural Studies Companions), 581 S., ISBN 9781003268543, GBP 164,-

The Routledge Companion to Media Audiences, jüngst herausgegeben von Annette Hill und Peter Lunt, versammelt ganze 40 Beiträge von internationalen Wissenschaftler:innen. Dabei wird jedes Kapitel verstanden als „an opportunity to creatively and critically write about media audiences in relation to their varied research“ (S.xvii).

Der Band platziert sich bewusst in den Kontext neuer medialer Gesamtgefüge und aktualisiert bekannte Ansätze der Audience Studies um zeitgenössische Parameter wie mobile, ubiquitäre und soziale Medien. Das Buch ist in sieben thematische Abschnitte unterteilt, die sich mit theoretischen Ansätzen, Publikumsimaginationen, Rezeptionsmodi, Engagement und Erfahrungen, Affekt und Identitäten, räumlichen Kontexten sowie methodischen Ansätzen zur Erforschung von *media audiences* befassen.

Der Abschnitt „Audience Theories and Approaches“ betont die Relevanz eines Cultural-Studies-Ansatzes (David Morley) in zeitgenössischen Medienkulturen. Trotz technologischer Veränderungen bleibt zum Beispiel die Verbindung zwischen Produktionsbedingungen und sozialen Positionen bestehen. Die Texte hinterfragen westlich geprägte Paradigmen (Yuan Gong) und betonen die Bedeutung nicht-

westlicher Publikumstheorien, anhand von Beispielen aus Lateinamerika, Asien und dem Nahen Osten (Rodrigo Muñoz-González und Ignacio Siles; Naomi Sakr). Zudem plädieren sie für interdisziplinäre Zugänge, etwa über die Semiotik (Fernando Andacht).

„Audience Imaginaries“ thematisiert die Fragmentierung von Medienpublika durch Digitalisierung. Publikumsvorstellungen und Messmethoden verändern sich – bei Produzierenden, Forschenden und Rezipierenden. Dabei stehen industrielle und akademische Zugänge oft in Spannung (Ike Picone). Beiträge zu algorithmischer Verzerrung und emotionaler Beteiligung (Iva Nenadić und Petra Kovačević; Jacob Nelson) zeigen, dass Publikumsforschung mehr ist als Datenerhebung. Auch Gamer (Amanda Cote und Mahli-Ann Butt) und Anti-Fans (Stéfany Boisvert und Dominique Gagnon) werden adressiert.

Der Abschnitt „Audience Modes“ beleuchtet kreative Formen der Rezeption. Renira Rampazzo Gambarato analysiert „Anti-storytelling“ (S.210) im Aktivismus, Rafal Zaborowski behandelt Fanons zu japanischen ‚Idols‘, Susana Tosca extreme immersive Praktiken. Spezifische Themen sind Genderbending durch Mode in TV-Serien, digitale Langeweile, parasoziale Inter-

aktion und performative Identität in sozialen Medien.

„Audience Engagement and Experiences“ kontrastiert klassische Messverfahren (John Corner) mit Perspektiven aus der Fan- und Aktivismusforschung. Craig Hight und Kate Nash zeigen die Rolle von Dokumentationen für demokratische Werte. Sue Turnbull analysiert politische Rhetorik im Namen imaginierter Publika. Elizabeth Evans fordert ein Update des Konzepts der „Transmedia Audiences“ (S.322). Anastasia Kavada untersucht digitale Strategien sozialer Bewegungen – im Spannungsfeld von Autonomie, Verwundbarkeit und medialer Struktur.

Der Abschnitt „Audiences, Affect and Identities“ beleuchtet die performative Sichtbarkeit von Geschlecht und Klasse in Fanpraktiken (Ann Gray; Helen Wood), und Francesca Sobande analysiert gezielte Ansprache oder Ausschluss von PoC-Publika. Yiu Fai Chow und Sander De Ridder zeigen in ihren Beiträgen jeweils, wie affektive Dimensionen im digitalen Kapitalismus die Handlungsmacht von Rezipient:innen beeinflussen.

Der vorletzte Abschnitt thematisiert Raum und Ort als medienvermittelte Erfahrung (Emily Keightley). Beispiele sind Obdachlosigkeit in mediatisierten Umwelten (Maren Hartmann und Vera Klocke), feministischer Aktivismus in digitalen Räumen (María Concepción Castillo-González und Mariana Gabarrot), das Medienengagement neurodivergenter Publika (Anna Reading) und *slow affect* im chinesischen

Reality-TV (Annette Hill und Yunyi Liao). Lunt ergänzt dies mit einer phänomenologischen Analyse von Medienereignissen.

Der letzte Abschnitt reflektiert methodologische Herausforderungen. Beiträge zu transnationalen Medienkulturen (Sofia Johansson und Stina Bengtsson; Jeehyun Jenny Lee und Anna Lee Swan), indigener Publikumsforschung, Produzent:innen-Dynamiken in den Philippinen (Cheryll Ruth Soriano und Earvin Charles Cabalquinto), autoethnografischen Methoden (Lynn Schofield Clark, Carlos Jimenez und Johnny Ramirez) und kindlicher Internetnutzung (Esra E. Bilgiç) zeigen neue Wege für die Medienpublikumsforschung.

Viele der Beiträge bieten einsichtsreiche Engführungen zeitgenössischer Beispiele und Themen, während andere notwendige Aktualisierungen der etablierten theoretischen Grundlagen der Audience Studies vornehmen. Dabei bleibt das Zielpublikum des Bandes ebenso vielfältig lesbar wie so viele der anzitierten Publika. *The Routledge Companion to Media Audiences* ist in Spezifität und Breite eine umfassende Ressource für Studierende und Forschende im Bereich der Medienpublikumsforschung, der Fan Studies und aller verwandten Gebiete.

Anne Ganzert (Marburg)

Eine ausführlichere englischsprachige Version dieser Rezension erschien in Fandom | Cultures | Research 2 (1), 2025, S.82–85. DOI: <http://dx.doi.org/10.25969/mediarep/23959>