

Julia Willms

Robert Dörre: Mediale Entwürfe des Selbst: Audiovisuelle Selbstdokumentation als Phänomen und Praktik der sozialen Medien

2023

<https://doi.org/10.25969/mediarep/20009>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Willms, Julia: Robert Dörre: Mediale Entwürfe des Selbst: Audiovisuelle Selbstdokumentation als Phänomen und Praktik der sozialen Medien. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 40 (2023), Nr. 3, S. 356–357. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/20009>.

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/>

Robert Dörre: Mediale Entwürfe des Selbst: Audiovisuelle Selbstdokumentation als Phänomen und Praktik der sozialen Medien

Marburg: BÜCHNER 2022, 491 S., ISBN 9783963172687, EUR 36,- (OA)
(Zugl. Dissertation an der Ruhr-Universität Bochum, 2020)

In der aktuellen Hochkonjunktur der medienwissenschaftlichen Auseinandersetzung mit einer ‚Ästhetik der Verfügbarkeit‘ ist ein zentrales Attribut der Medien ihre Omnipräsenz. Mit seiner Monografie *Mediale Entwürfe des Selbst: Audiovisuelle Selbstdokumentation als Phänomen und Praktik der sozialen Medien* fokussiert Robert Dörre solche omnipräsente Medien durch eine induktive Analyse des Forschungsfeldes der „sozialmedialen Milieus der Influencer_innen“ (S.179). Er geht dabei nicht nur das Risiko ein, dass sich ein solches Vorgehen letztlich als ‚verkappte Deduktion‘ entpuppen könnte, sondern es steht auch zu befürchten, dass ein so weitreichendes und dynamisches Forschungsfeld nicht handhabbar gemacht werden kann. Nach der Lektüre lässt sich sagen: Handhabbarkeit bedeutet hier nicht die Beleuchtung der Gänze der Selbstentwürfe in Sozialen Medien, sondern das bewusste Eingrenzen und Schlagen von Schneisen in das Phänomen anhand von paradigmatischen Beispielen. Das Leseerlebnis gestaltet sich produktiv, weil Dörre seine Gegenstände nicht trivialisiert und seine Analysen dementsprechend zu zahlreichen Verbindungslinien mit weiteren Phänomenen audiovisueller Selbstdokumentation und eigenen Querverweisen zwischen Konzepten und Artefakten führen.

Das Buch strukturiert sich in fünf Kapitel, in denen Dörre sich anhand des Fluchtpunktes des ‚Selbst‘ den analytischen Dimensionen der Authentizität, der Sozialität, der Ökonomisierung und der Serialität widmet. Das letzte Kapitel bietet gleichzeitig sowohl mediengeschichtliche als auch theoretische Anknüpfungspunkte für die Erweiterung der Studie, die Dörre selbst als „Zugang, kein[en] Abschluss“ (S.48) bezeichnet.

Der zentrale Begriff im ersten Kapitel ist Authentizität. Dessen aktuelle Konjunktur figuriert Dörre als an mediale Umbrüche gebunden, was bereits die mögliche Funktionsstelle des Authentischen in diesem Kontext andeutet. Das Authentische fungiert als eine erlebbare Qualität der Rezeption (vgl. S.72) und Attribut, das performative Selbst(s) für sich reklamieren. Daraus ergibt sich ein Begriffsverständnis, das als eine prozessuale und jeweils milieuspezifische Rezeptionsästhetik gedacht ist.

Im zweiten Kapitel löst sich Dörre von einer sozialromantischen Konzeption von Sozialität, um anhand eines deskriptiven soziologischen Verständnisses des Begriffs auch „antidemokratische [...] Gemeinschaften in ihrer Funktionslogik“ (S.294) analysieren zu können. Er thematisiert hier Funktionsmechanismen der Vergemein-

schaftung anhand digitaler Personae, die viele Prinzipien der sozialmedialen Milieus anhand der Achsen von Ökonomisierung und sozialer Prekarität invertieren. Dörres Analysen sind dabei eindrucklich, sie hätten jedoch von einer zuvor erfolgten Akzentuierung der ökonomischen Wirkkräfte auf das sozialmediale Milieu profitiert, die im Buch erst später erfolgt.

Das dritte Kapitel thematisiert genau diese Dimension: Markenförmigkeit fungiert als „integraler Bestandteil medialer Selbstentwürfe“ (S.356), sowohl in Bezug auf eine markenförmige Kommunikation seitens der Influencer_innen als auch auf die in diesem Prozess der Kommunikation entstehenden rezeptiven Markengemeinschaften. Die zentrale kritische Wendung des Kapitels besteht jedoch in der Identifikation eines kritischen Umgangs mit den vermeintlich untrennbaren Verbindungen zwischen Werbung und Unterhaltung im Diskurs.

Das vierte Kapitel widmet sich dem Selbst in Serie, für das Dörre die Operation der „variablen Rekursion“ (S.367) als grundlegend verortet. Es geht hier also weniger um ein

der traditionellen Fernsehforschung entnommenes Verständnis von Serialität als Wiederholung, sondern um die Formierung eines hypertextuellen Netzes der Selbstentwürfe, um ein „allgemeines Formprinzip, das sich in Gestalt von übergreifenden seriellen Formaten und personenbezogenen Video-Serien manifestiert“ (S.390).

Seine überzeugendsten, von einer rezeptionsästhetischen Perspektive geleiteten Analysen funktionieren nicht nur als produktive Beiträge zum Forschungsfeld digitaler Medien. Es gelingt Dörre ebenfalls, fruchtbare metatheoretische Überlegungen zu Begriffen wie ‚Authentizität‘, ‚Format‘ oder ‚Serialität‘ zu entwickeln, die wichtige kritische Ergänzungen zu grundlegenden analytischen Begriffen der Medienkulturwissenschaft darstellen. Seine Analysen funktionieren damit im Sinne Mieke Bais *Kulturanalyse*: „While groping to define, provisionally and partly, what a particular concept may mean, we gain insight into what it can do. It is in the groping that the valuable work lies“ (Frankfurt: Suhrkamp, 2002, S.11).

Julia Willms (Köln)