



Töpper, Claudia: Mediale Affektökonomie. Emotionen im Reality TV und deren Kommentierung bei Facebook.

Bielefeld: transcript 2021. 306 Seiten. Preis: € 45

Arne Freya Zillich

Angenommen: 4. März 2022 / Online publiziert: 11. April 2022
© Der/die Autor(en) 2022

Das in der Reihe „Critical Studies in Media and Communication“ bei transcript erschienene Buch *Mediale Affektökonomie. Emotionen im Reality TV und deren Kommentierung bei Facebook* von Claudia Töpper widmet sich den relationalen Prozessen der Inszenierung von Emotionsausdrücken im Reality TV-Format und der darauf bezogenen kollektiven Aushandlung von Emotionen durch Zuschauer*innen. In der Integration unterschiedlicher medienwissenschaftlicher Ansätze zur Materialität von Fernsehsendungen und rezeptionsästhetischer Ansätze der Cultural Studies liegt eine Besonderheit der Arbeit. Sie leistet ein umfassendes Verständnis des Wechselspiels von im Reality TV ausgestellten Emotionsrepertoires und ihrer Deutungen durch Zuschauer*innen.

Das theoretische Gerüst der Arbeit ist für Leser*innen, die mit den zentralen Konzepten nicht bereits vertraut sind, herausfordernd: Mit dem Konzept der medialen Affektökonomie beschreibt Claudia Töpper das sich aufspannende Netz aus affizierenden Registern und inszenierten Emotionsrepertoires der Fernsehsendungen sowie affektiven Medienpraktiken der Zuschauer*innen als relational verbundene Körper. Für das Verständnis hilfreich wäre es gewesen, zentrale Begriffe wie „affizieren(d)“ oder die Praxis der „Valorisierung“ bei erstmaliger Verwendung explizit zu definieren. Auch das Konzept von Körpern als „humane als auch non-humane Körper (wie beispielsweise Medientechnologien, Objekte, Artefakte), die sich in ständigen Austauschprozessen berühren, anziehen oder abstoßen, durch Aversion oder Attraktion gekennzeichnet sind oder Atmosphären herstellen“ (S. 37) und dessen Übertragung auf Fernsehsendungen mag für einige Leser*innen eine kognitive Verschiebung bestehender Konstrukte bedeuten.

Dr. Arne Freya Zillich (✉)
Digitale Medienkultur, Filmuniversität Babelsberg KONRAD WOLF,
Marlene-Dietrich-Allee 11, 14482 Potsdam, Deutschland
E-Mail: a.zillich@filmuniversitaet.de

Am Beispiel des Social TV-Auftritts der Castingshow *Germany's Next Topmodel* analysiert die Autorin, welche Emotionsrepertoires in vier auf Facebook geposteten Sendungsausschnitten inszeniert werden und wie diese Emotionsrepertoires durch Kommentare unter den Zuschauer*innen ausgehandelt werden. Hervorzuheben ist, dass die Autorin in diesem Zusammenhang auch relevante forschungsethische Aspekte reflektiert, die es bei der Analyse von öffentlich zugänglichen Facebook-Kommentaren zu berücksichtigen gilt. Aus den am häufigsten auf Facebook kommentierten Ausschnitten zur Sendung wurden diejenigen Ausschnitte ausgewählt, in denen vier zentrale Emotionsrepertoires konflikthaft dargestellt werden. In einem ersten Schritt führt Claudia Töpfer eine Analyse der geposteten Sendungsausschnitte hinsichtlich dreier Dimensionen durch, auf denen Emotionen in Fernsehsendungen inszeniert werden können: Körper, Verhalten und Interaktion sowie Diskurse. Sie berücksichtigt in ihrer Analyse ein bemerkenswert breit aufgestelltes Repertoire an Indikatoren für emotionale Inszenierungsstrategien. Die in der Analyse berücksichtigten Darstellungsmittel reichen von Kameraperspektiven, Einstellungsgrößen und Lichtverhältnissen über Mimik, Gestik und stimmliche Ausdrucksweisen bis hin zu verwendeter Musik – und deren Zusammenwirken in einer Narration von emotional handelnden Figuren. In einem zweiten Schritt führt Claudia Töpfer eine qualitative Inhaltsanalyse der Facebook-Kommentare zu diesen Sendungsausschnitten durch. Hierzu werden direkte und indirekte Äußerungen über Emotionen in Hinblick auf Bewertungen, Inwertsetzungen und Dynamiken kodiert.

Sehr detailliert und plastisch zeichnet Claudia Töpfer nach, welche Strategien der Emotionsinszenierung in den vier ausgewählten Sendungsausschnitten von *Germany's Next Topmodel* eingesetzt werden und wie diese durch Zuschauer*innen auf Facebook bewertet werden. Die dargestellten Emotionsrepertoires thematisieren vor allem Verunsicherung, empfundene Ungerechtigkeit, Distanzierung und Entfremdung. Die Kommentierungen sind vorrangig durch Belustigungen, Demütigungen, Ironisierungen, Verurteilungen, Beschuldigungen, aber auch Zuspruch gekennzeichnet. Die Befunde veranschaulichen die Diversität, Komplexität und Dynamik der sich aufeinander beziehenden affizierenden Register, inszenierten Emotionsrepertoires und affektiven Medienpraktiken eindrucklich. Besonders gelungen ist die abschließende Formulierung von fünf Thesen, die aus den präsentierten Fallbeispielen abgeleitet werden und die mediale Affektökonomie der medialen Kommunikation allgemein charakterisieren. Wie die Autorin verdeutlicht, kann die Inszenierung von Emotionen vielfältige Funktionen erfüllen: Durch die Inszenierung von Paradoxien und der Spielverderber*in-Rolle werden Abwertungen und Ausgrenzungen angeregt, um sich so der eigenen Gruppenzugehörigkeit zu vergewissern und Ordnung (wieder)herzustellen.

Das Buch leistet eine umfassende und theoretisch fundierte Analyse der ästhetischen und narrativen Elemente von *Germany's Next Topmodel* und deren Kommentierung auf Facebook. Insbesondere die prägnanten Zwischenfazits am Ende jedes Kapitels gewährleisten, dass der rote Faden der – mit 305 Seiten vergleichsweise langen und zudem in kleiner Schriftgröße gedruckten Arbeit – stets gut ersichtlich ist. Zusammenfassend leistet das Buch einen detailreichen und innovativen Einblick, wie ein Reality TV-Format affektive Dynamiken der medialen Kommunikation prägen kann.

Funding Open Access funding enabled and organized by Projekt DEAL.

Open Access Dieser Artikel wird unter der Creative Commons Namensnennung 4.0 International Lizenz veröffentlicht, welche die Nutzung, Vervielfältigung, Bearbeitung, Verbreitung und Wiedergabe in jeglichem Medium und Format erlaubt, sofern Sie den/die ursprünglichen Autor(en) und die Quelle ordnungsgemäß nennen, einen Link zur Creative Commons Lizenz beifügen und angeben, ob Änderungen vorgenommen wurden.

Die in diesem Artikel enthaltenen Bilder und sonstiges Drittmaterial unterliegen ebenfalls der genannten Creative Commons Lizenz, sofern sich aus der Abbildungslegende nichts anderes ergibt. Sofern das betreffende Material nicht unter der genannten Creative Commons Lizenz steht und die betreffende Handlung nicht nach gesetzlichen Vorschriften erlaubt ist, ist für die oben aufgeführten Weiterverwendungen des Materials die Einwilligung des jeweiligen Rechteinhabers einzuholen.

Weitere Details zur Lizenz entnehmen Sie bitte der Lizenzinformation auf <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de>.

Dr. Arne Freya Zillich ist akademische Mitarbeiterin an der Filmuniversität Babelsberg KONRAD WOLF.