

Cora Bender, Martin Zillinger (Hg.): Handbuch der Medienethnographie

Berlin: Dietrich Reimer Verlag 2015 (Ethnologische Paperbacks), 496 S., ISBN 9783496028499, EUR 29,95

Mit dem Handbuch der Medienethnographie schlagen der Reimer Verlag und die Herausgeber_innen eine neue Richtung in der ethnologischen Feldforschung ein. Während es in der Reihe „Ethnologische Paperbacks“ bislang eher allgemein um Ethnologie ging, widmet sich der aktuelle Band der Medienethnographie, die als „ethnographische Perspektive auf Medienpraktiken“ (S.XII) ausgeführt wird und als Teilgebiet der Medienethnologie anzusehen ist. Die beiden Herausgeber_innen Cora Bender und Martin Zillinger weisen bereits zu Anfang darauf hin, dass die Medienethnografie einem „Imperativ zur Beschreibung“ (S.XIV) von Medien folgt, dabei aber natürlich die Subjektivität von Feldforscher_innen einschließen muss. Die 22 Autor_innen des Bandes beschreiben daher, wie sie selbst im Feld vorgegangen sind und wie sie Medienpraktiken und den Umgang mit Medien in anderen Kulturräumen erforscht haben.

Der Band gliedert sich in sechs Kapitel. Im ersten Kapitel „Medienethnographie“ wird eine gleichsam fundamentale wie einfache Frage gestellt: Wie gehen die Forscher_innen damit um, dass sie, während sie die Medienpraktiken im Feld studieren, selbst Teil der mediatisierten Kulturwelt sind? Sowohl Christian Meyer mit der „teilnehmenden Beobachtung“ (S.74), als

auch Heike Behrend führen aus, dass es nicht allein die erfassten Daten sind, die ausgewertet werden. Es sind vielmehr die Interaktion und die sozialen Beziehungen zwischen Datenerfasser_innen und ihren Forschungsobjekten, die im Zentrum der Betrachtung stehen. Im Kapitel zu den „Medientechniken“ geht es vor allem um die Frage, wie Geräte und Anwendungen wahrgenommen werden und was es heißt, mit elektronischen und digitalen Medien in traditionellen Alltagen (z.B. in Afrika) zu agieren. Thomas Kirschs Beitrag richtet sich dabei an der analogen medialen Infrastruktur der Schriftlichkeitspraxis aus (vgl. S.77ff.). Im Hinblick auf elektronische und digitalisierte Infrastrukturen werden schließlich als weitere Medienformate Video (Matthias Krings, vgl. S.94-110), Audio (Tilo Grätz und Dorothea Schulz, vgl. S.111-151) und mobile Kommunikation (vgl. Hans-Peter Hahn, S.153-171) beschrieben.

Im Kapitel „Medienzirkulation“ geht es um Räumlichkeiten im Sinne von Lebensräumen als Medienräumen. Die klassischen Raumbenen, Mikro, Meso und Makro, werden dabei bewusst nicht propagiert, sondern eine Zirkulation, die gerade nicht Ebenen, sondern soziale Lebenswelten in den Blick von räumlichen Bewegungen nimmt. Hier sind vor allem zwei Beiträge beachtenswert: Christiane Brosius untersucht die Bewegungen

von Valentinskarten in Indien (vgl. S.185-205), Markus Vernes analysiert den Verlauf einer Produktionskette zur Herstellung von Heavy-Metal-Musik in Madagaskar (vgl. S.207-222).

Das Kapitel „Medienakteure“ schlägt schließlich den Bogen zum Anfang: In allen vier Beiträgen wird beschrieben, wie die Forschenden sich als Teil der Situation begreifen, wie sie selbst als Akteure andere Akteure erleben. Rainer Hatoum beschäftigte sich zum Beispiel in einem Projekt damit, den Navajo eine Wachswalzensammlung aus einem Berliner Museum zurückzugeben und musste sich dann als Teil einer breiten Palette von Interaktionen sehen, die von Begeisterung bis zu tiefer Ablehnung sämtliche Emotionen enthielt (vgl. S.230).

Das mit zwei Beiträgen eher schmal gehaltene Kapitel „Neue Medienfelder“ hat den Anspruch, neue Verfahrensweisen und Methoden im Rahmen der Ethnografie zu definieren. Hier ist vor allem Jörg Potthasts Beitrag interessant, der für eine „symmetrische Anthropologie“ (S.312-317) (kombinierte Labor-

und Feldforschung) plädiert. Der Band schließt mit Beiträgen zu Rohdaten von Medienformaten.

Zusammenfassend gibt der Band auf reflektierte und anspruchsvolle Weise ‚Best-Practice‘-Beispiele, die sich so bislang in keinem anderen Band im deutschsprachigen Raum finden lassen, da die Medienethnografie allenfalls in Einzelbeiträgen zur Qualitativen Medienforschung Berücksichtigung gefunden hat. Gleichzeitig muss jedoch betont werden: Wer erwartet, dass hierin ein Überblick und ein substanzielles Gerüst für Methoden der Medienethnografie abgebildet werden, wird enttäuscht. Insofern sind der Titel des Bandes und auch die Bezeichnung ‚Handbuch‘ ein wenig irreführend. Davon abgesehen jedoch ist der Band für alle interessierten Wissenschaftler_innen eine neue Möglichkeit, sich über medienethnografische Feldforschungspraxen in der Breite informieren und Denkanstöße erhalten zu können.

Jana Hofmann (Erfurt)