

rezensionen:kommunikation:medien

Rezensionen aus den Bereichen Kommunikation und Medien

Dominik Rudolph: YouTube und Fernsehen: Konkurrenz oder Ergänzung?

Martin Gehr · Freitag den 3. März 2017

Rezensioniert von Christian Strippel



Dass das Internet das Fernsehen als Leitmedium der Gesellschaft ablösen wird, scheint für viele bereits beschlossene Sache zu sein. Beliebt sind in diesem Zusammenhang vor allem kriminalistische Befunde wie „Das Fernsehen ist tot“ oder „Internet killed TV“. Als mögliche ‚Mörder‘ oder ‚Komplizen‘ (um in der Metapher zu bleiben) werden vor allem Streaming- und Video-Plattformen wie *Netflix*, *Amazon Prime Video* oder *YouTube* verdächtigt. Da die von ihnen angebotenen Inhalte jederzeit auf Abruf („on demand“) angeschaut werden können, würden sie den Anforderungen gerade jüngerer Nutzer besser gerecht und das lineare Fernsehen deshalb irgendwann verdrängen. Im vorliegenden Buch aus dem Nomos Verlag, das aus einer Dissertation am Institut für Kommunikationswissenschaft in Münster hervorgegangen ist, hat sich Dominik Rudolph mit *YouTube* nun einen der Hauptverdächtigen vorgenommen. Dem Prinzip der Unschuldsvermutung folgend umschreibt er seinen Verdacht um eine mutmaßliche Mittäterschaft an der Beseitigung des Fernsehens neutral mit der Frage: „Stehen Videoportale wie YouTube und das klassische Fernsehen in Konkurrenz zueinander oder ergänzen sich beide?“ (S. 36). Kurz: Gibt es überhaupt ein ‚Mordmotiv‘?

Die Untersuchung des Falls erstreckt sich über 300 Seiten, aufgeteilt in neun Kapitel. Der Einstieg ist dabei etwas unstrukturiert: So erfährt man erst spät, dass sich das Buch der oben zitierten Fragestellung widmet, nachdem zuvor ohne erkennbaren roten Faden die Konkurrenz von Fernsehen und Internet vor dem Hintergrund verschiedener Entgrenzungsprozesse des digitalen Wandels beschrieben wird. Das ist zwar interessant, für die Erarbeitung der forschungsleitenden Fragen jedoch nicht nötig. Problematischer allerdings ist, dass in den ersten drei Kapiteln mit recht

vagen Begriffen von ‚Fernsehen‘, ‚Internet‘ und ‚Videoplattformen‘ gearbeitet wird. So wird theoretisch nicht bestimmt, um welche Art von Medien es sich jeweils handelt, wie sie sich voneinander abgrenzen lassen und inwiefern sie miteinander vergleichbar sind. Mit der Klärung dieser Fragen aber steht und fällt die Plausibilität und die Belastbarkeit einer Gegenüberstellung. Stattdessen werden Videoportale einfach als ‚prototypische Verkörperung‘ des Internets bezeichnet und der „schiefe Vergleich“, wie ihn der Autor selbst charakterisiert, trotz des analytischen Problems für „vertretbar“ erklärt (S. 36). Daraus resultierende Schwierigkeiten diskutiert er nicht.

Theoretisch stärker wird das Buch in den zwei darauf folgenden Kapiteln: Darin erörtert Rudolph sieben Theorieansätze zur Beschreibung von Medienkonkurrenz (Kap. 4) und führt sie in einem „Untersuchungsmodell zur Analyse und Messung des Verhältnisses von neuen und etablierten Medien“ zusammen (Kap. 5). Er berücksichtigt hierbei u.a. das Rieplsche Gesetz, den Uses-and-Gratifikation-Ansatz, das Konzept transmedialer Nutzungsstile, die Theorie der Nische sowie ein Lebenszyklus-Modell für Medien (S. 82-115). Die kritische Diskussion dieser Ansätze und die Herausarbeitung ihrer Vor- und Nachteile für das geplante Vorhaben der Konkurrenzanalyse sind überzeugend. Die Systematik hinter ihrer Zusammenführung ist hingegen nur schwer nachvollziehbar: Auf die vorangegangene Betrachtung bezieht sich der Autor nur punktuell, sodass der Aufbau nicht zwingend wirkt.

Konzeptioniert wird Medienkonkurrenz in diesem Modell auf der Mikrobene des individuellen Nutzers: Auf Grundlage der von ihm identifizierten Vorteile funktional äquivalenter Medien würde er rationale und gratifikationsbezogene Nutzungsentscheidungen treffen, die durch seine individuellen Eigenschaften, bisherige Nutzungserfahrungen sowie Metakommunikation über diese Medien gerahmt würden. Dieses „erweiterte Modell der Medienselektion“ (S. 150) dient im Folgenden allerdings mehr als theoretische Hintergrundfolie denn als untersuchungsleitendes Modell. Bereits bei seiner „Anwendung“ auf die Beziehung zwischen Fernsehen und Videoportalen (Kap. 6) handelt es sich nicht um ein (eigentlich zu erwartendes) Durchdeklinieren des Modells anhand der Konkurrenzbeziehung zwischen Fernsehen und *YouTube*. Stattdessen arbeitet der Autor den Forschungsstand zu dieser Konkurrenz auf. Zu prüfende Hypothesen oder Folgefragen entwickelt er hingegen nicht.

Nach 200 Seiten folgt dann der empirische Teil der Untersuchung. Rudolph führte eine Online-Befragung von 2036 Personen durch und verwendete dafür das studentische Panel *SoSci*. Hinter dem prominent im Untertitel erwähnten Fokus der Arbeit auf „Digital Natives“, denen im ganzen Buch zuvor nicht mehr als zwei Seiten gewidmet wurden, verbirgt sich also nur eine aus finanziellen Gründen (S. 224) gewählte studentische Stichprobe. Dass diese Gruppe zugleich auch als „Early Adopter“ (S. 37, 222) beschrieben wird, verdeutlicht den problematischen Umgang mit solchen Bezeichnungen. Die Wahl der Methode ist angesichts der Perspektive des Untersuchungsmodells dennoch angemessen, wenngleich man sich als Leser den direkten Bezug des Fragebogens zum Untersuchungsmodell einmal mehr selbst erschließen muss. Die Ergebnisse der Befragung werden in Kapitel 8 auf 60 Seiten detailreich vorgestellt. In vier Analyseschritten wird die Konkurrenz zwischen Fernsehen und *YouTube* nachvollziehbar überprüft – wobei irritierenderweise kurz vor Ende doch noch Hypothesen aufgestellt (S. 290) und getestet (S. 292) werden.

Insgesamt bietet diese Arbeit für alle, die sich eingehender mit Medienkonkurrenz beschäftigen, neben viel konzeptionellem Input auch eine Menge interessanter Erkenntnisse über die Nutzung von Fernsehen und *YouTube* im direkten Vergleich. Dabei kommt die Untersuchung zu dem Ergebnis, dass „eher von einem komplementären Verhältnis“ (S. 292) zwischen Fernsehen und

YouTube gesprochen werden muss. Freispruch vom Mordverdacht also für das Videoportal. Es besteht Grund zu der Annahme, dass das Fernsehen noch lebt.

Links:

- [Verlagsinformationen zum Buch](#)
- [Webpräsenz von Dr. Dominik Rudolph](#)
- [Webpräsenz von Christian Strippel M.A.](#)

Dieser Beitrag wurde publiziert am Freitag den 3. März 2017 um 15:40
in der Kategorie: [Einzelrezension](#), [Rezensionen](#).
Kommentare können über den [Kommentar \(RSS\)](#) Feed verfolgt werden.
Kommentare und Pings sind momentan geschlossen.