

taken for granted. It must continually be reasoned and given substance in each era of change“ (S. 13). Das gilt besonders in Zeiten wie diesen, in denen in immer mehr Staaten Europas und weltweit die Pressefreiheit angegriffen und eingeschränkt wird. Vor diesem Hintergrund sind die Befunde von Carlsson und Weibull von großer Brisanz und hohem Wert – nicht nur für Schweden und daher hoffentlich Beispiel für internationale Anschlussstudien.

Annika Franzetti, Eichstätt

Manuela Pietraß: Formen von Medialitätsbewusstsein. Relationen zwischen digitalem Spiel und Wirklichkeit am Beispiel moralischer Entscheidungen. München/Baden-Baden: Nomos 2017 (=BLM-Schriftenreihe, Band 105), 195 Seiten, 22,00 Euro.

Computerspielwelten stellen für ihre Spieler_innen Räume für Selbstkonstruktion, Identitätserprobung und Gemeinschaftserfahrung dar. Sie sind als eine Art soziales Labor jenseits körperlicher Widerstände und realweltlicher Hindernisse zu verstehen. Diese kommunikativen Konstruktionsprozesse sind trotz ihres medialen Charakters unter bestimmten Voraussetzungen und in spezifischen Kontexten nicht weniger physisch wie psychisch wirkmächtig und damit auch in realweltlicher Hinsicht identitäts- und gemeinschaftskonstituierend. So gesehen kann das virtuelle Eintauchen in Computerspielwelten – jenseits der Zerstreung und bloßen Unterhaltung – nicht nur einen Akt der individuellen Empfindung, sondern auch unter spezifischen Bedingungen einen zutiefst moralischen Charakter besitzen. Aus dieser Perspektive erlangt die bislang in der Forschung eher vernachlässigte Frage nach den ethischen Implikationen des Computerspielens eine gewichtige Rolle.

Ein moralisches Dilemma kann man grundsätzlich als eine Zwangslage definieren, bei der ein_e Spieler_in die Wahl zwischen zwei oder mehr Optionen hat, z. B. muss man sich in dem Roleplaying-Shooter „BioShock“ entscheiden, kleine Mädchen („Little Sisters“) zu töten, um „ADAM“ (eine Ressource im Spiel) zu erhalten, die den Spieler mächtiger werden lässt, oder es zu unterlassen, um dann nur die Hälfte des „ADAM“ zu empfangen. Die moralischen Entscheidungen entstehen dadurch, dass aufgrund eines Widerspruchs der Normen und Werte einer Spieler_in mit den Normen und Werten des (Computerspiel-)Be-



zugssystems ein Konflikt entsteht, in dem sich der Handelnde verloren fühlt und sich nicht entscheiden kann, welchen Weg er einschlagen soll. Inwieweit diese moralischen Entscheidungssituationen von den Spieler_innen wirklich wahr- und angenommen werden, welche Folgen diese Reflexion entfalten kann, und wie das grundsätzlich zu bewerten ist, ist bisher allerdings weitgehend ungeklärt.

Manuela Pietraß widmet sich daher in ihrer Studie einem äußerst relevanten, Wissenschaft und medienpädagogische Praxis gleichermaßen verbindendes Erkenntnisinteresse. Aufbauend auf vorhergehenden Studien sieht Pietraß den Begriff des Medialitätsbewusstseins als Dreh- und Angelpunkt moralischen Handelns in Computerspielwelten.

Medialitätsbewusstsein ist für sie eine Form von Kompetenz, verschiedene mediale wie nicht-mediale Wirklichkeiten in ihrem jeweiligen Realitätsgehalt miteinander in Beziehung setzen zu können (S. 13 ff.).

Die Studie kann einen bedeutsamen Beitrag zur theoretischen Aufarbeitung einer zentralen Forschungslücke schließen.

Theoretisch angelehnt an der Luhmann'schen Sozialtheorie und empirisch an ausgewählten „Let's Play“-Videos, in denen Computerspiele sowohl gespielt als auch kommentiert werden – fallbezogen verdeutlicht, kommt sie zu folgenden analytischen Schlussfolgerungen: Die von den Spieler_innen eingebrachte Identität („Passt die Spielentscheidung zu mir?“), die Art ihrer moralischen Überlegungen im Spiel („Darf ich das tun?“) und die Wahrhaftigkeit der fiktionalen Welt in Relation zur realen Welt („Ist es wahr?“) fungieren als zentrale Reflexionsmomente („Kontingenzunterbrecher“) in der Spielwelt (S. 85 ff.). Mit wachsender Anonymität und Spielgeschwindigkeit verlieren diese drei Kontingenzunterbrecher ihren Einfluss auf moralische Spielentscheidungen. Anonyme Spieler-gegen-Spieler-Modi wie z. B. in „World of Warcraft“ werden daher von Pietraß als der problematischste Interaktionsmodus gewertet (S. 143 f.). Sogenannte spielimmanente und -exmanente Argumentationsmuster im Umgang mit den Spieldilemmata geben Hinweise auf ein relativierendes, relationierendes oder konkretes Medialitätsbewusstsein der Spieler_innen und damit für ihr Bewusstsein für Moralität der (Spiel-)Handlungen (S. 145 ff.).

Die Studie kann einen bedeutsamen Beitrag zur theoretischen Aufarbeitung einer zentralen Forschungslücke schließen. Die empirische Prüfung der Thesen kann allerdings dieses hohe Niveau nicht ganz halten, da u. a. die Auswahl der Let's Plays – forschungspragmatisch natürlich nachvollziehbar – einge-

schränkt erscheint, aber auch die Vielfalt der Computerspiele und der Computerspielpraktiken relativ undifferenziert und verallgemeinernd betrachtet werden. Zudem stellen Let's Plays streng genommen allein die öffentliche Aufführung und damit Inszenierung des Computerspielens dar und sind nicht identisch mit der privaten Handlungspraxis. Innovativ an der Veröffentlichung ist, dass ein Expertengespräch der Verfasserin mit Vertreter_innen aus Wissenschaft und Praxis dokumentiert ist, in dem die Anlage und die Ergebnisse der Studie kritisch diskutiert werden. Erwähnenswert sind hier v. a. die notwendigen Hinweise von Jochen Koubek (Bayreuth) und Christian Swertz (Wien), sowohl die narrativen und ludischen Charakteristika von (Computer-)Spielen als auch die Einbettung von Let's Plays in eine spezifische Computerspielkultur bei der Konzeption der Studie und Auswertung der Ergebnisse nicht außen vor zu lassen.

Jeffrey Wimmer, Augsburg

Anna Jehle: Welle der Konsumgesellschaft. Radio Luxembourg in Frankreich. Göttingen: Wallstein Verlag 2018, 414 Seiten, 44,90 Euro.

Radio Luxembourg“ war der erste privatkommerzielle Sender Frankreichs, der nach dem Zweiten Weltkrieg agieren durfte. Die Dissertation von Anna Jehle, die am Zentrum für Zeithistorische Forschung Potsdam entstanden ist, ist nicht die erste Arbeit zu diesem Ausnahmesender. Sie ist jedoch die erste, die sich mit der Unternehmensgeschichte 1949 bis 1975 befasst und eine bestimmte These formuliert: „Radio Luxembourg“ (RL) als Katalysator der Konsumgesellschaft, der durch sein auf Massenkonsum ausgerichtetes Rundfunkkonzept die französische Gesellschaft wie das französische Rundfunksystem beeinflusste.

Dazu entwirft Jehle bereits in der Einleitung ein glamouröses Bild des Senders: Sie beschreibt, wie sich Ende der 60er Jahre in der Hochphase des „radio-spectacle“ (S. 269) ein Millionenpublikum in eine zweistündige Live-Sendung einschaltet, die aus einem hochrangigen Studiogast, einem beliebten Moderator, vier Sängerinnen und einer Dame besteht, die zwischen den Showeinlagen Werbung u. a. für Streichkäse einliest. 100 geladene Zuschauer_innen verfolgen das Geschehen von der Haupttribüne aus. Was sich in dieser Szene als Schnittstelle aus Programminhalten, Publikum sowie Werbe- und Marketing-

