



Fandom | Cultures | Research

ONLINE JOURNAL FOR FAN AND AUDIENCE STUDIES

Call for Abstracts (Themed Issue 2/27)

Upstairs, Downstairs: Fernsehen und Plattformen zwischen Verführung und Handlungsmacht

Verlängerte Einreichungsfrist für Vorschläge: 21. Oktober 2026

Das zeitgenössische Fernsehen ist heute untrennbar mit digitalen Plattformen verbunden, sodass sich das eine nicht mehr ohne das andere analysieren lässt. Streamingdienste, Social-Media-Infrastrukturen, algorithmische Empfehlungssysteme und datenbasierte Benutzer:innenoberflächen haben Produktion, Distribution, Zirkulation und Rezeption/Nutzung serieller Erzählungen grundlegend verändert. Fernsehen ist heute ein hybrides, plattformübergreifendes Phänomen, das sich über Interfaces, Snippets, Paratexte, Fanpraktiken und algorithmisch kuratierte Sichtbarkeitsregime hinweg entfaltet. In diesen Umgebungen werden Nutzer:innen zugleich als Publikum, Konsument:innen, Fans, Datensubjekte und Ko-Produzent:innen adressiert. Unter Rückgriff auf die Metapher von *Upstairs, Downstairs* (GB, ITV, 1971–1975) untersucht dieses Themenheft die strukturellen Hierarchien und Machtverhältnisse zwischen Plattformarchitekturen – dem „Oben“ algorithmischer Kontrolle und unternehmerischer Infrastruktur – und taktischen Praktiken der Nutzer:innen – dem „Unten“ von Handlungsmacht, Widerstand und kreativer Aneignung.

Fragen der Plattformisierung sind zu einem zentralen Gegenstand der gegenwärtigen Television Studies geworden und bilden ein wichtiges Forschungsfeld. Über Streamingdienste, Social-Media-Plattformen, öffentlich-rechtliche Medienumgebungen und partizipative Kulturen hinweg operiert Fernsehen zunehmend durch Mechanismen der Attraktion, Lenkung und Vereinnahmung. Interface-Design, Personalisierung, algorithmische Empfehlungen, Gamification und affektive Infrastrukturen prägen, wie Inhalte entdeckt, verbreitet und erlebt werden. Gleichzeitig setzen sich Zuschauer:innen und Fans auf kreative, strategische, widerständige und mitunter subversive Weise mit diesen Umgebungen auseinander.

Zeitgenössische Fernsehkulturen umfassen ein breites Spektrum an Praktiken und Infrastrukturen, darunter transmediales Erzählen und paratextuelle Erweiterungen, Plattform-Interfaces und Empfehlungssysteme, Strategien öffentlich-rechtlicher Medien, Livestreaming und partizipative Kulturen, Fan-Recherchen und Wissensproduktion sowie alternative und illegale Formen der Distribution und des Zugangs. Die Betrachtung dieser unterschiedlichen Phänomene unter dem Blickwinkel von Verführung und Handlungsmacht verdeutlicht, wie plattformisierte Fernsehsumgebungen die Partizipation des Publikums zugleich ermöglichen, strukturieren und begrenzen.

Diese Spannungen laden zu einer genaueren Untersuchung ein. Während Plattformisierung in der Medien- und Fernsehforschung bereits breit diskutiert wurde, bietet insbesondere das Verhältnis von Verführung und Handlungsmacht eine produktive Perspektive darauf, wie gegenwärtige Fernsehkulturen organisiert, erlebt und ausgehandelt werden. Eine solche Perspektive ermöglicht es, Infrastrukturen, Industrien, Interfaces, Texte und Publika nicht als voneinander getrennte Bereiche, sondern als sich gegenseitig konstituierende Elemente plattformisierter Medioumgebungen zu analysieren.

Dieses Themenheft möchte diese Diskussionen weiterführen und theoretische, historische, empirische, methodologische und praxisorientierte Perspektiven aus den Television Studies, Platform Studies, Media Industry Studies, Fan Studies und Cultural Studies zusammenbringen. Eingeladen sind Beiträge, die untersuchen, wie das Zusammenspiel von Plattformlogiken, industriellen Strategien, technologischen Infrastrukturen, Publikumspraktiken und kulturellen Aushandlungsprozessen gegenwärtige Fernsehkulturen prägt.

Die Themen können unter anderem folgende Bereiche umfassen:

- Neue theoretische oder konzeptionelle Ansätze zum Verhältnis von Verführung und Handlungsmacht im plattformisierten Fernsehen,
- Empirische Fallstudien zu bestimmten Formaten, Plattformen, Genres oder regionalen Kontexten,
- Interface-Design, UX-Politiken und affektive Infrastrukturen,
- Fanpraktiken, partizipative Kulturen sowie Formen des Widerstands oder der Aneignung,
- Transmediales Erzählen, paratextuelle Ökonomien und die Zirkulation von Snippets und Memes,
- Globale Plattformdynamiken und lokal spezifische Aneignungsformen,
- Strategien öffentlich-rechtlicher Medien in Plattformumgebungen,
- Methodologische Herausforderungen und Innovationen bei der Erforschung plattformisierter Fernsehkulturen,
- Fragen der Datafizierung, Sichtbarkeit, Moderation, Nostalgie sowie alternativer bzw. illegaler Praktiken,
- Die Rolle KI-generierter Inhalte und automatisierter Partizipation.

Das Themenheft zielt auf differenzierte Analysen der komplexen Verflechtungen und Widersprüche zwischen Infrastrukturen, Industrien, Texten, Interfaces und Publika. Verführung und Handlungsmacht sollen dabei nicht als einfache Gegensätze verstanden werden.

Sprache: zweisprachig, Englisch oder Deutsch

Bitte senden Sie Ihren Beitragsvorschlag mit Arbeitstitel, einem Abstract von 300–500 Wörtern sowie einer kurzen biografischen Notiz bis zum **21. Oktober 2026** an fcr-jour@uni-marburg.de.

Benachrichtigung über die Annahme: 1. November 2026

Einreichung der vollständigen Beiträge: 1. April 2027

Gastherausgeber:innen: Kim Hebben, Christine Piepiorka, Herbert Schwaab, Sven Stollfuß und Yulia Yurtaeva-Martens

Literatur

Dragomir, Marius/Túñez López, Miguel: “How Public Service Media are Changing in the Platform Era: A Comparative Study Across Four European Countries.” In: *European Journal of Communication* 39 (6), 2024, 608-624.

Hebben, Kim/Piepiorka, Christine: “Easy to Snack—Hard to Digest? Strategies of Dis/Array in Streaming, Social Media, and Television.” In: *Media and Communication* 13, 2025, Art. 9430. <https://doi.org/10.17645/mac.9430>

Helmond, Anne: “The Platformization of the Web: Making Web Data Platform Ready.” In: *Social Media & Society* 1 (2), 2015, 1-11.

Luginbühl, Martin: “TV News on Instagram: Affordances, Genres, Journalistic Cultures.” In: *Discourse & Communication* 19 (1), 2025, 46-71.

Mayer, Annekatrin: “Updating Public Value: How Journalists Understand Their Societal Role in the Context of Digital Platforms.” In: *Digital Journalism*, 2025, 1-17.

Moe, Hallvard: “Embrace or Leave Social Media? On the Viability of Public Service Media Organizations’ Strategies Facing Platform Power.” In: *European Journal of Communication* 39 (6), 2024, 595-607.

Nelson, Jacob L.: *Imagined Audiences: How Journalists Perceive and Pursue the Public*. Oxford: Oxford UP, 2021.

Prinzler, Saskia/Stollfuß, Sven/Böttke, Anna-Katharina: “Engaging Audiences in Platformized Public Service Media Journalism: User-Generated Content and Editorial Practices in the funk Content Network.” In: *Journalism and Media* 7 (2), 2026, 1-19. <https://doi.org/10.3390/journalmedia7020090>

Stollfuß, Sven: “Platformization as a Structural Dimension for Public Service Media in Germany: The funk Content Network and the New Interstate Media Treaty.” In: *Television & New Media* 25 (2), 2024, 185-203.

van Es, Karin/Poell, Thomas: “Platform Imaginaries and Dutch Public Service Media.” In: *Social Media + Society* 6 (2), 2020. <https://doi.org/10.1177/2056305120933289>