

den; eine davon trug das schöne Etikett „Aldus Persuasion“. Die medienhistorische Aufarbeitung steht also weiter aus. Sie wäre nicht zuletzt deshalb attraktiv, weil PowerPoint eines der wenigen Medien ist, die es mit *Tempo*, *Uhu* oder *Fön* aufnehmen können, weil der Markenname zum Gattungsnamen wurde.

Nicht ganz befriedigen kann der Grad an Systematisierung, der im Hinblick auf die kommunikative Gattung geleistet wurde. Mehrfach werden in dem Buch Anläufe zu Typologien gemacht, sie bleiben aber immer wieder stecken. Man vermisst eine durchgängige und umfassende Dimensionierung des Feldes. So wird mit Blick auf Vortragende an einer Stelle zwischen „Orator“ und „Performer“ (S. 147) unterschieden, an anderer Stelle zwischen „Wanderer“ und „Tänzer“ (S. 200). Die Unterscheidungen zwischen Folientypen (S. 92), Verknüpfungen von Sprache und Bild (S. 149), Präsentationspannen (S. 171), Aspekte von Kommunikationsgattungen (S. 228) oder „Präsentationsmodi“ sind alle hilfreich; aber man hätte sich für die weitere Forschung zu dieser Gattung ein geschlossenes typologisches Gerüst gewünscht, das dann auch Grundlage hätte sein können für einen systematisch gewonnenen Korpus an Präsentationen. Offen bleibt auch die Antwort auf die eingangs gestellte Frage nach der Einbettung in soziokulturelle Zusammenhänge (S. 25): Wie ist der rasante Siegeszug zu erklären? Die Antwort beschränkt sich auf einige kühne Thesen am Schluss des Bandes, in der PowerPoint-Präsentationen zum „Basisdiom globalisierter Wissensgesellschaften“ erklärt werden (S. 279).

Ärgerlich ist das Maß an Redundanz, das ein Lektorat hätte mindern können: Immer wieder wird der arme Edward Tufte für seine PowerPoint-Kritik gescholten, immer wieder wird einem der Atem geraubt durch die Zahl von 35 Millionen Präsentationen, die angeblich Jahr für Jahr auf der Welt erzeugt werden, immer wieder werden Sätze eingeleitet mit „wie angedeutet“ oder „wie gesagt“ oder „wie bereits erwähnt“. Noch ärgerlicher ist das Maß an Selbstbezüglichkeit, das den Band prägt. Es gibt Seiten, auf denen zwei von drei Fußnoten auf andere Beiträge in dem Band verweisen und die dritte auf eine frühere Arbeit des Autors. Und noch ärgerlicher ist das Ausmaß an stilistischen und anderen Zumutungen. Ausgerechnet die Einleitung der Herausgeber geht da mit abschreckendem Beispiel voran:

Gleich im zweiten Satz (S. 9) „... (starrt) der Blick der Forschung gebannt auf den Computer, dessen Eingeweide... zum technischen Instrument einer dem Fleischlichen enthobenen Netzwerkgesellschaft erklärt wird.“ Eine Seite weiter werden drei Fragen versprochen, aber nur zwei gestellt und beantwortet. Wieder eine Seite weiter werden Overheadfolien zur führenden Visualisierungshilfe der „achtziger Jahren des neunzehnten Jahrhunderts“ gekürt (S. 11). Und so weiter, und so weiter: jede Seite ein Aufreger. Wer liest da freiwillig weiter? Aber immerhin haben die Herausgeber für Register gesorgt, mittlerweile alles andere als selbsterklärendlich.

Insgesamt ist festzuhalten: Hier ist ein Ball aufgenommen worden, den weiter zu spielen sich lohnt. Auf dieser Basis können nun Hypothesen formuliert werden, die in standardisierten Untersuchungen geprüft werden können: in Experimenten, Befragungen, Inhaltsanalysen und nicht zuletzt in Beobachtungen; denn darin liegt das besondere Verdienst der Autoren, mit der Betonung von „Performanz“ Beobachtungen angeregt zu haben. Auch über die Untersuchung von PowerPoint hinaus gilt es die Anregung aufzunehmen, der „Performanz“ ein viel größeres Gewicht zu geben, als es bisher in medien- und kommunikationswissenschaftlichen Analysen der Fall ist. Das alles ist Anregung genug, und dafür kann man dankbar sein.

Gerhard Vowe

Christina Schoch

Dancing Queen & Ghetto Rapper

Die massenmediale Konstruktion des ‚Anderen‘ – eine systemtheoretische Analyse der hegemonialen Diskurse über Ethnizität und Geschlecht in populären Musikvideos

Herbolzheim: Centaurus, 2006. – 274 S.

(Reihe Medienwissenschaft; 12)

ISBN 3-8255-0638-X

(Zugl.: Trier, Univ., Diss., 2006)

Die Autorin Christina Schoch legt mit ihrer Arbeit eine „systematische Analyse der hegemonialen Diskurse über Ethnizität und Geschlecht in populären Musikvideos“ (zweiter Untertitel) vor. Der Schwerpunkt der Arbeit liegt auf gesellschaftlichen Diskursen zur Inszenierung von Ethnizität und Geschlecht, die

sich in visuellen Darstellungen und Songtexten der auf MTV vertretenen Interpretinnen und Interpreten zeigen und rekonstruieren lassen. Einleitend erklärt die Autorin, dass bereits eine Vielzahl von Untersuchungen zu Musikvideos im Musikfernsehen existiert, die sich auch mit den Kategorien Geschlecht und Ethnizität beschäftigen, doch handle es sich nach Meinung von Schocha bei den meisten Studien um Einzelfallanalysen oder rein quantitative Studien. Sie setzt sich von den vorhandenen Arbeiten ab, indem sie ein trianguliertes Forschungsverfahren aus quantitativen und qualitativen Methoden wählt. Dabei fokussiert sie die Frage, wie die Reproduktionen von Ethnizität und Geschlecht in konkreten Fällen funktionieren. Ihr Erkenntnisinteresse liegt auf dem „Wie“ und „Warum“ „der Inszenierung bzw. Markierung von Ethnizität und Geschlecht“ (S. 16). Dabei geht es ihr um die Frage, „in welchem Umfang als ‚nicht-weiß‘ markierte Ethnizität und als ‚nicht-männlich‘ markiertes Geschlecht inszeniert werden sowie um die daran anschließende Analyse von Strukturen, von Mechanismen und Funktionen, die diesen Inszenierungen als ökonomischen, massenmedialen und popkulären Artefakten zugrunde liegen“ (ebd.).

Den theoretischen Rahmen bildet die Verknüpfung zweier Theoriekonzeptionen: Zum einen verortet sie ihre Arbeit zur Erfassung massenmedialer Strukturen in der Luhmannschen Systemtheorie und verbindet diese mit dem diskurstheoretischen Ansatz nach Foucault zur Erfassung massemmedialer Inhalte. Nach einer Einleitung (Kapitel 1) und Einführung in den Forschungsgegenstand Musikvideos (Kapitel 2) widmen sich Kapitel 3 und 4 der Darstellung dieser beiden Theoriekonzepte. Mittels ihrer Ausführungen zur Systemtheorie stellt Schocha heraus, dass es sich beim Musikvideo in erster Linie um ein ökonomisches Produkt handelt, welches „aufgrund bestimmter Abläufe und Zielsetzungen im musikindustriellen System hervorgebracht“ (S. 58) wird. Für Schocha nimmt MTV die zentrale Rolle als Distributionsmedium von Videoclips ein. In globaler Hinsicht kann dieser Feststellung gefolgt werden, weil MTV der am stärksten ausgeprägt globalisierte Musiksender ist. Aus deutscher Perspektive wäre VIVA, zum Zeitpunkt ihrer Untersuchung (2003) noch Konkurrenzmedium zu MTV, nicht zu vernachlässigen, denn beide Sender haben sich einen vehementen Kampf um die Vormachtstellung geliefert, wel-

cher mehrere Relaunches, Programmum- und -einstellungen zur Folge hatte, wobei VIVA eine Entwicklung hin zu mehr Internationalität und MTV die umgekehrte Entwicklung hin zu Lokalität (z. B. zu deutschsprachigen Moderationen) erfahren hat. Letztlich mündete dieser Machtkampf im Jahr 2004 in die Übernahme von VIVA durch den Konzern Viacom, zu welchem MTV gehört.

In Kapitel 4 führt Schocha in die Foucaultsche Diskursanalyse ein, wobei sie sehr anschaulich Zuschreibungen des „Anderen“ in Bezug auf die Kategorie Ethnizität aus ihrem historischen Kontext heraus entwickelt. Hierdurch werden Rollenzuweisungen durch westlich geprägte Kulturen bzgl. Menschen mit anderer Hautfarbe und die durch die jeweiligen zeitlichen Bezüge und Entwicklungen immer wieder veränderten Konnotationen sehr deutlich. In ähnlicher Weise verfährt Schocha mit der Kategorie Geschlecht und entwickelt auch diese aus ihrem historischen Kontext, wobei sie mit Teresa de Lauretis die Massenmedien als „ein[en] wesentliche[n] Faktor der Inszenierung und Stabilisierung des Systems der Zweigeschlechtlichkeit“ (S. 106) ausmacht, da hierin zumeist geschlechtsstereotype Inszenierungsweisen vorherrschend sind.

Die Zusammenführung beider Ansätze (Systemtheorie und Diskursanalyse) begründet Schocha anschließend damit, „als sie gemeinsam sowohl die inhaltliche als auch die strukturelle Ebene eines Gegenstandes erfassen können. In dieser ganzheitlichen Perspektive fungieren Massenmedien als diskurskonstituierende, -bedingende und -regulierende Systeme; sie bilden gewissermaßen den strukturellen ‚Überbau‘ der durch Diskurse verbreiteten ‚symbolischen Ordnungen‘ und produzieren so ‚codierte Botschaften in Form eines bedeutungsvollen Diskurses‘“ (S. 107).

In Kapitel 5 stellt Schocha ihre empirische Vorgehensweise vor. Der Untersuchungsablauf beginnt mit einer quantitativen Inhaltsanalyse, um ihren Materialkorpus zu gewinnen. Ausgangspunkt sind hierfür 426 Musikvideos, die in zwei Staffeln in der von Markus Kafka moderierten Sendung „20 Years on MTV“ von Februar bis Oktober 2003 ausgestrahlt wurden. Mittels einer der Fragestellung angepassten Kategoriensystems und der Untersuchungsergebnisse aus dieser Analyse extrahiert sie 108 zu analysierende Clips, die einer differenzierteren Clusterbildung unterzogen werden. Erst

im Anschluss an die entwickelten Cluster erfolgt die qualitative Analyse, in der die Inszenierungen eingehender auf ihre Darstellungen von Ethnizität und Geschlecht interpretiert werden.

Hier zeigt sich, dass die zuvor vorgestellten Ausführungen und stereotypen Zuschreibungen bzgl. beider Kategorien in den Clips zu meist reproduziert werden. Damit schließen sie – m. E. erwartungsgemäß – an hegemoniale gesellschaftliche Diskurse an, die für Darstellungen dieser Inszenierungen entsprechenden Vorschub leisten. Die Frage, die sich hier stellt, ist, ob solche stereotype Inszenierungen bzgl. beider Kategorien durchbrochen und verschoben werden. Mit Hilfe von Ute Bechdolfs Modell zur Repräsentation von Geschlecht in Musikvideos (1999) kommt sie zu dem Schluss, dass die meisten Videos affirmativ funktionieren, nur wenige oppositionell angelegt sind, und sich das Gender-Blending (Überschreiten und Verschieben gängiger Geschlechterrepräsentation) nur vereinzelt zeigt. Schocha begründet diese Reproduktion stereotyper Darstellungen von Ethnizität und Geschlecht insbesondere durch einen „Rückgriff auf im hegemonialen Diskurs verortete Zuschreibungen [...] Diese Zuschreibungen sind in der konkreten medialen Darstellung variabel, basieren jedoch auf der grundlegenden Ordnung eines bipolaren Ethnizitäts- und Geschlechtersystems. Aufgegriffen werden historisch tradierte und im zeitgenössischen Kontext etablierte und transformierte Diskuselemente“ (S. 227).

Insgesamt lässt sich sagen, dass durch ihre Arbeit die Reproduktion diskursiv verorteter Stereotypen auf einer reichhaltigen empirischen Basis anschaulich aufgezeigt wird. Allerdings ist es kein überraschendes Ergebnis, denn MTV ist schon lange kein subkulturelles oder subversives Medium mehr (wenn es überhaupt je eines gewesen ist). Doch werden ihre Befunde mittels der Systemtheorie und Diskursanalyse strukturiert und kontextualisiert, wodurch der musikindustrielle, auf Vermarktung ausgelegte Prozess, aus welchem diese stereotype Dichotomisierung immer wieder von neuem emergiert, deutlich vor Augen geführt wird.

Martina Schuegraf

Winfried Schulz

Politische Kommunikation

Theoretische Ansätze und Ergebnisse empirischer Forschung

2. vollst. überarb. u. erw. Aufl.

Wiesbaden: VS, 2008. – 393 S.

ISBN 978-3531329628

Winfried Schulz legt einen gründlichen Überblick, ja ein Nachschlagewerk über politische Kommunikation vor und ein Lehrbuch für alle, die es in ihren Seminaren nicht bei Spekulation und Diskussion über dieses Feld der Kommunikationswissenschaft belassen wollen. Natürlich beschreibt der Autor alle Theorien zur Entstehung politischer Kommunikation, zu ihren Inhalten, zu Rezeption und Wirkung. Ausführlich aber illustriert er sie mit Beispielen und gibt sogleich an, was wir über ihre Gültigkeit wissen. „Ansätze und Ergebnisse der empirischen Kommunikationsforschung, die das Verhältnis von Politik und Massenmedien betreffen“, international natürlich – darauf wollte sich Schulz konzentrieren (S. 17), und damit ist er geradezu atemberaubend vollständig in diesem Buch.

Wie immer für Winfried Schulz’ Veröffentlichungen gilt auch hier: kenntnisreich, umsichtig und in einer verständlichen, schnörkellosen Sprache verfasst – kein einschüchternder Rerenomierstil, der angeblich immer noch nötig ist, um gedankliche Tiefe zu signalisieren. Die immense Informationsfülle dieses Buches wird zudem immer wieder durch Vorspanne und Textboxen mit Zusammenfassungen aufbereitet. Schulz kapituliert nicht vor der Komplexität seines Themas. Sein Ton ist nicht: Das alles sei schwierig und geheimnisvoll, und erst in ein paar Jahrhunderten wüssten wir mehr, wenn überhaupt. Im Gegenteil: Dieses Buch strahlt Optimismus aus, Stolz auf wissenschaftlichen Fortschritt und ungebrochene Hoffnung auf viele weitere Erkenntnisse.

Das Leitmotiv, auf das Schulz immer wieder zurückkommt, ist die Medialisierung von Politik und ihren Folgen. Die daraus abgeleitete Gliederung ist für mich der einzige Schwachpunkt des Buches. Schulz scheut wie der Teufel das Weihwasser die Lasswell-Formel als Gliederungsprinzip oder ihre Ausarbeitung im Mälzkes Feldschema. So kommt es, dass er eine ganze Reihe von Themen an mehreren Stellen jeweils ausführlich behandelt. Natürlich ist mir