

Druck. In dieser Phase der gesellschaftlichen Entwicklung findet auch das Fernsehen wohl endlich den Platz, der ihm zusteht: „It can stimulate the desire for freedom, comfort, politics, culture. That's what it has been, for. Those are the uses of television“ (S. 188). Jede Spiegelbild-Metapher (Fernsehwirklichkeit und soziale Wirklichkeit) muss hier verblassen. Ausgerechnet das Fernsehen scheint plötzlich frei von Stereotypen und anderen Verkürzungen zu sein – eine ungewöhnliche Untermauerung der Komplementärthese. Jenseits der Techniken des „formal schooling“ entsteht auf diesem Weg wohl eine Gesellschaft von Autodidakten, die sich gerne etwas erzählen lassen, z. B. von Clarissa Darling in der Sendung „Clarissa explains it al“: „It is not serious, deep or ‚critical‘ television, and may present to the new viewer as banal and ordinary, but of course that's the point“ (S. 183). Ein Plädoyer für das Alltägliche. Das Fernsehen wird endgültig zum Medium des „intelligent layman“ (S. 29). Dann ist da noch die Sache mit dem Kühlschrank. Mag sein, dass „the fridge“ maßgeblichen Anteil an der Verhäuslichung des Lebens, insbesondere der britischen Arbeiterklasse, genommen (vgl. S. 99ff.) und eine Kausalkette in Gang gesetzt hat, die vielleicht die folgende Reihenfolge aufweist: Kühlschrank → Fernsehen → Werbung → Supermarkt → Auto (Mobilität) → Kühlschrank → Fernsehen → Werbung → Supermarkt → Kühlschrank → usw. Konsequenterweise bemerkt der Autor: „As far as I know there's no climate of cultural criticism directed at the fridge“ (S. 104).

Wenn doch alles so einfach wäre und sich den Gegensätzen fügen würde, die Hartley so sehr mag: John Fiske vs. George Gerbner, „TV studies“ vs. „mass-comm“, „statistical sampling“ vs. „critical reading“, und schließlich: „Routledge“ vs. Sage. Da fällt einem am Ende doch noch ein bekannter Appell aus der „Semiosphäre“ ein: „Wer wird denn gleich in die Luft gehen?“.

Michael Jäckel

Philomen Schönhagen

Unparteilichkeit im Journalismus

Tradition einer Qualitätsnorm

Tübingen: Max Niemeyer Verlag 1998. – 331 S.

(Medien in Forschung + Unterricht, Serie A; 46)

ISBN 3-484-34046-0

Begriffsanalysen sind unmodern geworden. Zu Unrecht, wie die von Hans Wagner betreute Untersuchung von Philomen Schönhagen zeigt. Die Verfasserin beginnt ihre Studie nach einem knappen, aber kenntnisreichen Überblick über den Forschungsstand mit einer Beschreibung des Selbstverständnisses von deutschen Publizisten vom 17. bis 19. Jahrhundert. Ihre Quellen sind vor allem pressehistorische Darstellungen. Gestützt auf zahlreiche Belege zeigt Schönhagen, dass Unparteilichkeit von Beginn der deutschen Pressegeschichte in verschiedenen sprachlichen Wendungen ein wesentliches Element des Selbstverständnisses der Berichterstatter bildete. Als systematischen Ertrag arbeitet die Verfasserin fünf Facetten des Begriffs der Unparteilichkeit heraus: (1) Prüfung der Quellen; (2) getreue Mitteilung der Sichtweisen; (3) Offenheit für verschiedene Sichtweisen; (4) Neutralität der Vermittlung und (5) Trennung von Bericht und Meinung (S. 50 f). Ist schon dieser Befund überraschend und seine Herleitung lesenswert, so gewinnt die Darstellung noch durch einen Exkurs über die Geschichte der Objektivitätsnorm in den USA an Plastizität. Schönhagen zeigt, gestützt auf zahlreiche amerikanische Pressehistoriker, daß die dortige Presse phasenweise erheblich partiischer war, als man hierzulande meist vermutet.

Gestützt auf ihre Literaturstudie untersucht die Verfasserin eine (nicht repräsentative) Stichprobe von 1.500 Heimatzeitungen aus dem 18. und 19. Jahrhundert. Dabei handelt es sich – vorgegeben durch die Archivbestände der Universität München – „um Jubiläums- und Festnummern sowie Verlagsfestschriften“ (S. 14). Ihr Ziel besteht darin, aus den Primärquellen Belege für die Sachdarstellung der Sekundärliteratur zu finden. Dabei orientiert sie sich an den oben erwähnten Facetten der Unparteilichkeit. Für deren Relevanz findet sie in den Selbstdarstellungen der Blätter zahlreiche Beispiele. Zwar weist die Verfasserin selbst darauf hin, daß die „Jubelbeiträge“ in den Fest-

nummern möglicherweise „ein verzerrtes, unvollständiges und unrealistisches (im eigenen Interesse geschöntes) Bild“ (S. 15) vermitteln. Die daraus resultierende Frage, ob sich angesichts dieses naheliegenden Verdachts der Analyseaufwand lohnt, stellt sie jedoch nicht. Als Ertrag bleibt festzuhalten, dass (auch) deutsche Journalisten Neutralität und Objektivität schon immer für ein journalistisches Ideal gehalten haben. Über die journalistische Praxis sagt dies jedoch, wie Untersuchungen belegen, wenig aus.

In einer zweiten empirischen Studie analysiert die Verfasserin exemplarisch die Berichterstattung von drei Regionalzeitungen im 19. Jahrhundert – des „Westfälischen Anzeigers“, des „Dortmunder Wochenblatts“ und des „Wochenblattes für den Kreis Recklinghausen“. Vorangestellt sind knappe Charakterisierungen der Struktur des Erscheinungsbereiches, der Zeitungslandschaft sowie der publizistischen Grundhaltung der Herausgeber. Gestützt auf breites empirisches Material zeichnet die Verfasserin sehr differenzierte und höchst anschauliche Bilder der Herausgeber und ihrer Blätter. Dabei macht sie auch deutlich, daß die ausdrücklich in Anspruch genommene Unparteilichkeit oft dort endete, wo die Grundüberzeugungen der Herausgeber berührt wurden. Dies gilt am meisten für den „Aufklärer“ Malinckrodt („Westfälischer Anzeiger“), am wenigsten für den „Geschäftsmann“ Krüger („Dortmunder Wochenblatt“). Der Verfasserin ist hier ein sehr anschauliches und höchst leistungswertes Stück Mediengeschichte gelungen, dem man weite Verbreitung wünschen muß, zumal mehrere Fälle in ähnlicher Weise auch heute noch vorkommen.

Ergänzt werden die drei historischen Teile durch eine systematische Analyse. Dabei referiert und diskutiert die Verfasserin zunächst unter der Überschrift „Objektivität im Journalismus“ die unterschiedlichen Positionen von „Realisten“ und „Konstruktivistinnen“. Allerdings trägt sie weder neue Aspekte bei, noch nutzt sie die zahlreichen Fallbeispiele ihrer eigenen Analysen zur Abwägung der verschiedenen Argumente. Statt die theoretischen Aussagen über „Realität“, „Realitätserkenntnis“ usw. mit der journalistischen Praxis zu konfrontieren, bleibt ihre Darstellung abstrakt und entsprechend realitätsfern. Auch ihre theoretischen Argumente überzeugen nicht immer. Lesenswert ist dagegen die kurze Darstellung und

praxisrelevante Anwendung der „Münchener Theorie der Sozialen Zeit-Kommunikation“. Sie gibt eine knappe und gut nachvollziehbare Einführung in einen begrifflich-theoretischen Ansatz, der mehr Beachtung verdient. Philomena Schönhagen hat ein informatives und über weite Strecken auch unterhaltendes Buch geschrieben, das nicht nur die Diskussion über die Bedeutung der Unparteilichkeit in der Geschichte der deutschen Presse beleben sollte, sondern auch einen Beitrag zum problematischen Verhältnis von journalistischen Idealen und publizistischer Praxis leisten kann.

Hans Mathias Kepplinger

Ute Bechdolf

Puzzling Gender

Re- und De-Konstruktionen von Geschlechterverhältnissen im und beim Musikfernsehen
Weinheim: Deutscher Studien Verlag 1999. – 277 S.

ISBN 3-89271-797-4

Ute Bechdolf hat mit „Puzzling Gender“ eine Studie vorgelegt, die einen wichtigen Beitrag zur Rezeptionsforschung leistet, zugleich innovativ und darüber hinaus noch schön zu lesen ist – so dienen Songtitel und Interviewzitate als treffende und neugierig machende Zwischenüberschriften. Die Untersuchung geht der Frage nach, wie Geschlecht in Musikvideos dargestellt wird und wie sich Jugendliche im Aneignungsprozess auf die angebotenen Geschlechterbilder beziehen.

Der Titel der Untersuchung ist Programm und Ergebnis zugleich. Mit Bezug auf das Forschungsprogramm verweist „Puzzling Gender“ auf die im Rahmen konstruktivistischer Gendertheorie herausgearbeiteten unbequemen Grenzen der Erkenntnis – niemand kann sich dem „doing gender“ entziehen. Bechdolf formuliert daran anknüpfend den Anspruch, Forschungsergebnisse Stück für Stück wie Teile eines Puzzles zusammenzutragen. Dem entsprechend finden sich im Forschungsbericht immer wieder Momente der Selbstreflexion, sei es in Form einer „autoethnographischen“ Inspektion des eigenen Musikkonsums oder in der ausführlichen Durcharbeitung und daraus resultierenden Neuinterpretation eines zunächst als misslungen gewerteten Interviews.