

Besprechungen

Paul L. Jalbert (Hrsg.)

Media Studies

Ethnomethodological Approaches

Lanham/New York/Oxford: University Press of America, 1999. – 304 S.

ISBN 0-761-81286-5

Mit der Ethnomethodologie ist es manchmal wie mit einer exotischen Insel, sagen wir, Mauritius. Fast alle haben schon mal von ihr gehört, aber nicht viele wissen genau, wo sie denn liegt und welche Sprache man dort spricht. Im Falle der Ethnomethodologie liegt das, freundlich formuliert, ein Stück weit auch an ihr selbst. Besonders in Deutschland wirkt sie immer noch exotisch. Dabei verspricht sie ein interessantes Unterfangen: Nicht nur aufzuzeigen, dass Wirklichkeit eine soziale Konstruktion ist, sondern zu zeigen, wie sie hergestellt wird, die Methoden zu benennen, mittels derer Handelnde ihre soziale Wirklichkeit erst herstellen – und zwar methodisch, mit ihren alltäglichen Methoden, eben *Ethno*-Methoden, wie Harold Garfinkel, der sie begründete, dies nannte. Durch die Ethnomethodologie erst wurde in der Soziologie das Augenmerk auf den Herstellungsprozess von Wirklichkeit gelenkt, auf das „doing“, wie die Ethnomethodologie sagt.

Der vorliegende Band verspricht den Medienwissenschaften einen Einblick in diese anregende Denkweise. Im Untertitel wird angekündigt, die ethnomethodologische Denkweise nun endlich auch systematischer auf Medien anzuwenden. Auch für Medien – ihre Produkte, ihre Herstellung, ihre Rezipienten – gilt schließlich das Prinzip des „doing“. So wenden Journalisten und Interviewte Ethno-Methoden an, die ein Interview erst zum Interview machen; man könnte an Nachrichten aufzeigen, wie ein „doing being important“ oder ein „doing having breaking news“ hergestellt wird usw. usf. Für die Medienwissenschaften, die sich in den letzten Jahren immer stärker qualitativ ausrichteten und dem „Alltag“ näherten, könnte dieser Blickwinkel eine große Bereicherung sein.

Könnte. Denn der Band zeigt nicht auf, was die Ethnomethodologie der Medienforschung zu bieten hat. Er vermittelt nicht, was die Stärken der Ethnomethodologie sind: ein Gespür für das zu entwickeln, was man sonst für selbst-

verständlich hinnimmt; das „seen but unnoticed“ sichtbar zu machen, wie es in einer berühmten Formulierung von Garfinkel heißt; das Befremden der eigenen Kultur herzustellen.

Im ersten Beitrag setzen sich Sharrock und Coleman vor allem mit Morleys Untersuchung zur britischen Nachrichtensendung „The Nationwide Audience“ auseinander. Morley hatte in dieser Studie nachzuweisen versucht, dass unterschiedliche soziale Gruppierungen (»classes«) verschiedene Lesarten an einen Text herantragen. Morleys Text wird in diesem Beitrag von Sharrock/Coleman nachgerade auseinander genommen. Sie zeigen, dass Morley im Prinzip nachweist, was er voraussetzt und damit eigentlich nicht den Standards einer empirischen Untersuchung genüge tut. „(...) what we do not find in Morley's research is anything simply resembling an empirical inquiry into what different audiences might make of any particular programme. Instead, the main body of his research is devoted to categorizing the 'readings' made by his different groups of subjects.“ (S. 16) Man mag zuerst schmunzeln darüber, wie hier mit einem der Säulenheiligen der Cultural Studies umgegangen wird. Doch schleicht sich schnell Unbehagen ein über den Gestus, mit dem dies geschieht. Die (m. E. berechtigte) Kritik am Design dieser Untersuchung wird nicht als Kritik an der Sache, sondern personalisiert vorgetragen: „Morley expects, on the basis of the category alone, that his subjects will speak, think and act from a certain point of view. He expects his readers to share the assumption, for it is unsurprising and uncontentious. He then uses these categories to collect his subject-groups. Further, the elected categories are used (...) to interpret what his subjects tell his researchers in discussion groups.“ (S. 21; Hervorhebungen R. A.) Die Kritik wird meist herablassend, teilweise aber auch unsachlich vorgetragen. Einige Beispiele: Ein Begriff sei „entirely unclear“, eine Annahme „peculiarly absurd“ (S. 27), die Studie insgesamt „reveals itself to be a curiously hybrid animal, the product of conceptual miscegenation.“ (S. 15) Miscegenation? Schluck. Man wird den Eindruck nicht los, hier würde ein privater Händel ausgetragen. Diese Kritik ist so unobjektiv und voreingenommen, dass sie sich selbst diskreditiert.

Im nächsten Beitrag, von Paul L. Jalbert, dem Herausgeber des Bandes, setzt sich dieser

Tenor fort. Jalbert, der eine Analyse der amerikanischen Fernsehberichterstattung über den israelischen Libanonkrieg vorgelegt hatte, in der er nachwies, dass die Berichterstattung pro-israelisch gewesen sei, setzt sich in diesem Beitrag mit einer Untersuchung von Joshua Muravchik auseinander, die zu einem gegenteiligen Resultat gelangte. Die Chance, die beiden Untersuchungen nebeneinander zu halten und die Auswirkungen der gewählten Methode auf das Resultat aufzuzeigen, wird nicht genutzt. Die Untersuchung von Muravchik wird ähnlich anmaßend behandelt wie Morley im ersten Aufsatz („I read Muravchik's discussion with great interest“, S. 40) und ebenso unsachlich: „For Muravchik, however, there is no methodological scruple involved in his selection of instances, no sense of the problematics of either sampling or conceptual analysis, and no constraint adhered to (or even recognized) in the derivation of critical inferences.“ (S. 41) Von der berühmten „ethnomethodologischen Indifferenz“ keine Spur. Die an manchen Stellen durchscheinenden sachlichen Argumente verbllassen neben dieser Polemik. So zeigt Jalbert, wie schon der Begriffswahl in Nachrichtensprache ein *bias* inhärent sein kann, etwa wenn statt von „libanesischen Freiheitskämpfern“ von „Terroristen“ gesprochen wird und vice versa (S. 42). Ein weiteres plausibles Beispiel: Der Begriff „War of Independence“ bzw. „Unabhängigkeitskrieg“, mit dem in westlichen Medien auf den Krieg von 1948 Bezug genommen wird, vermittelt eine klare Stellungnahme, und zwar die israelische Perspektive. Seitens der Palästinenser hieße dieser Krieg nämlich, so Jalbert, „War of Conquest“ (S. 44). Conquest? Wer ein wenig über den Nahen Osten weiß, weiß auch, wie dieser Krieg von den Palästinensern genannt wird: *Al Naqba* – schlüssig: „Die Katastrophe“.

Manche Passagen Jalberts sind kaum verständlich: „Because modal qualifiers can be strategically used to protect, by preserving deniability, an account-producer from the fuller implications of a knowledge-claim, they can sometimes be challenged by an account-recipient, but not dissattended.“ (S. 46) Bei einer solch verschwurbelten Sprache – Insidern ist sie auf Anhieb als breitestes Garfinkel’isch erkennbar –, muss man sich fragen, an wen der Band denn adressiert ist. Auch in anderen Texten werden Begriffe aus der ethnomethodologischen Literatur ohne Erläuterung in den Text

gestreut (z. B. „haecceity“, S. 129). Hier präsentiert sich eine Ethnomethodologie, die sich darin gefällt, eine Geheimsprache zu entwickeln, die nur Insidern geläufig ist – und damit jeden normalen neugierigen Leser zum Außenseiter macht.

An dieser Stelle offenbart sich ein weiteres Problem: Noch immer sind nicht einmal die Grundbegriffe der Ethnomethodologie eingeführt. Der nächste Beitrag, von Lynch und Bogen, erklärt einige ethnomethodologische Konzepte – im *Anhang*. Michael Lynch und David Bogen zeigen anhand der Iran-Contra-Hearings, wie es Oliver North und seinen Anwälten gelang, ihn als einen aufrechten Amerikaner zu präsentieren, der nur die Interessen seines Vaterlands verteidigte. Dies ist ein Beitrag, der veranschaulichen kann, *wie* die Ethnomethodologie den prozesshaften Herstellungscharakter von Wirklichkeit aufzeigt. Er versäumt es jedoch darzulegen, welche Rolle der Anteil der Medien daran ist. Nur weil die Hearings im Fernsehen übertragen wurden, wird aus einer Analyse dieses Materials noch keine „Media Study“. Denn das Material wird behandelt, als handle es sich um einen schlichten Videomit-schnitt im Gerichtssaal.

Diese Kritik gilt auch weiteren Beiträgen. Jeff Stetson, Hester/Fitzgerald und Eglin/Hester betreiben Analysen so genannter „membership categories“, ein durch Harvey Sacks eingeführter Begriff, mit dem die Zuschreibung von Handelnden zu Kategorien beschrieben wird und zudem die typischen Tätigkeiten der Angehörigen einer Kategorie umfasst werden. Stetson und Eglin/Hester unternehmen eine solche Kategorisierungsanalyse anhand von Zeitungsmaterial, Hester/Fitzgerald anhand eines Radio-call-ins. (Dies zeigt zugleich, welche Medien in diesem Buch analysiert werden: die alten unter den alten.) Dabei wird die nahe liegende Frage, ob es spezielle *mediale* „membership categories“ bzw. mediale „categorization devices“ gibt, die sich damit vielleicht von einer „gewöhnlichen“ „membership category“ unterscheiden, nicht gestellt. Generell wird die Tatsache, dass etwas massenmedial hergestellt bzw. vermittelt wird, nicht berücksichtigt. Vor allem werden auch die Rezipienten nicht betrachtet. Genau genommen kommen sie gar nicht vor.

Kennt man sich in der ethnomethodologischen Szene ein wenig aus, fällt noch etwas ganz anderes auf: Diejenigen, die konversati-

onsanalytische Medienforschung betreiben (immerhin ist die Konversationsanalyse eine ethnomethodologische Teil-Disziplin und geht auf Harvey Sacks zurück) und teils gar auch die Rezipienten einbeziehen, kommen in diesem Band als Autoren nicht zu Wort: John Heritage, Steven Clayman, Max Atkinson, Ian Hutchby u. a. Es gibt sie nämlich: Ethnometodologisch denkende Wissenschaftler, die moderne Massenmedien analysieren und dabei noch verständlich bleiben. Nur: Sie müssen leider draußen bleiben.

Drei Aufsätze bleiben noch zu besprechen. Marr/Francis/Randall unternehmen eine Untersuchung über „The Soccer Game“ as Journalistic Work“. Sie zeigen, wie ein Sportreporter sich geradezu komplizenhaft in die Interessenpolitik des Fußballklubs verstrickt und genau genommen die Berichterstattung seines eigenen Blattes „manipuliert“. Sie zeigen auf, wie die Sportreportage prozesshaft hergestellt wird, wie ein „doing football“ seitens der Beteiligten als „accomplishment of members“ erzeugt wird. Problematisch ist die Methode. Die Verfasser bezeichnen sie als „occasional ethnography“ (S. 120). „Nevertheless as part of this work and for reasons which include long personal acquaintance with a football journalist on the part of one of the authors, and an abiding interest in the game on the part of all the authors, we have had ongoing access to data relating to football journalism, and it is that data we use here.“ (S. 120) Der Begriff Ethnographie ist zwar nicht markenrechtlich geschützt, aber man muss ihn nicht strapazieren für etwas, was sich auch als guter investigativer Journalismus bezeichnen ließe. (Der beschriebene Verein spielt übrigens in der „Premier League“ und alle drei Autoren stammen aus Manchester. Dem Journalisten ist zu wünschen, dass dieser Text seinen Arbeitgebern nicht in die Hände fällt.)

Zwei Beiträge verdienen ausdrücklich hervorgehoben zu werden. Douglas Macbeth zeigt in seinem Beitrag zu einer „Visual Sociology“, wie die Kamera in ihrem Blick und ihrer Perspektive die Wahrnehmung lenkt. Eine Kamera kann nicht „beiläufig“ sein oder den Blick schweifen lassen: „Cameras can't glance“ (S. 152). Anhand mehrerer Beispiele mit Abbildungen – aus dokumentarischen und ethnographischen Filmen – zeigt Macbeth, unter Rückbezug auf die Erzähltheorien von Metz und Barthes, dass die Kamera keineswegs „abbil-

det“. „It shows moments in which the camera is witnessing affairs to which it is already and unavoidably a party.“ (S. 160) Das ist mehr, als von etwas nur zu behaupten, es handle sich um Manipulation oder sei „done for the record“. Macbeth zeigt vielmehr, „how the filmmaker as a social-historical actor unavoidably constructs the occasion of the record making, and thus the record.“ (S. 159)

Ebenfalls empfehlenswert ist der letzte Beitrag dieses Bandes: Dušan Bjelić setzt sich mit dem Realitätsbegriff der französischen Medientheorie auseinander. Er schließt zwei kurze bebilderte Fallanalysen an. Nur auf die Zweite sei hier näher eingegangen: Als „native speaker“ des Serbokroatischen mächtig, wird der Autor selbst *Teil* der amerikanischen Kriegsberichterstattung über den Bosnienkrieg. In der Funktion eines Dolmetschers begleitete er ein angeschossenes Kind und seine Mutter auf ihrer Reise durch die USA in ein Krankenhaus, wo sie humanitäre und medizinische Hilfe erhielten. Bei der Ankunft am Flughafen, umlagert von Journalisten, sollte die Mutter des Kindes die Fragen der Reporter beantworten. Die erschöpfte Frau sagt (auf Serbokroatisch) zum Verfasser: „I don't have anything to say“ und, als die Journalisten und der Dolmetscher selbst insistieren, „you say whatever you want“ (S. 242). Der Dolmetscher „übersetzt“ in seiner Not: „She says thank you very much. There are no words that can express her gratitude for the kind of help ...“ etc. etc. (S. 244) Genau diese „Übersetzung“ wurde im amerikanischen Fernsehen ausgestrahlt. Bjelić zeigt zunächst, welche Erwartungen diese medial geprägte Situation erzeugte, wie sich die Beteiligten daran orientierten und wie sehr damit die Medien die Situation veränderten. Er schließt Überlegungen zum Verhältnis von Realität und Abbildung an: „From this analysis, the ‚real‘ appears not to be a fixed referent, but a moving target.“ (S. 246)

Von diesem Glanzlicht einmal abgesehen ist der Band nicht gerade anregend. Weder werden neue Wege aufgetan (eine Ausnahme ist Macbeth) noch findet eine Auseinandersetzung mit gängigen Theorien und Ansätzen der internationalen Medienforschung statt, wenn man von Bjelićs Beitrag absieht. Der Begriff „Cultural Studies“ etwa fällt nicht ein einziges Mal, nicht einmal in dem Pamphlet über Morley, von Bezug auf die moderne ethnographische Rezeptionsforschung ganz zu schweigen. Es erfolgt

kein Angebot für eine wie auch immer geartete interdisziplinäre Zusammenarbeit, wie der Titel des Bandes suggeriert. Dieser Band öffnet keine Türen, er schlägt sie zu. Damit aber schadet der Band auch all jenen, die ethnomethodologisch denken *und* sich mit Medien befassen.

In Jalberts „Preface“ wird nicht nur angekündigt, jeder Beitrag sei „not only an example of the best intellectual rigor“, sondern auch „an exemplary extension of this kind of inquiry to the heartland of mass media research“ (S. xvii). Nur: Man sollte schon wissen, wo heute das „heartland“ der Medienforschung liegt, wenn man dies schon so großspurig behauptet.

Ruth Ayaß

Brigitte Busch

Der virtuelle Dorfplatz

Minderheitenmedien, Globalisierung und kulturelle Identität

Mit einem Vorwort von Klaus Broeckmann, hrsg. v. Slowenischen Institut zur Alpen-Adria-Forschung

Klagenfurt: Drava, 1999. – 285 S.

ISBN 3-85435-300-6

Auf dem Titelbild des Buches erkennt man eine Fotografie: zwei paar tanzende Beine auf einem hölzernen Tanzboden. Es ist anzunehmen, dass die Sonne scheint, denn man sieht auch Schatten, die von anderen tanzenden Paaren stammen könnten. Die beiden Tanzenden tragen eine Art von Tracht, Männer- und Frauenkleidung deutlich im Stil differenziert. Das Foto ist in Höhe der Füße unscharf, und bei näherer Betrachtung erkennt man, dass es sich um eine Bildstörung handelt ähnlich der, die im Fernsehen oder bei Videovorführungen dann und wann auftritt. Das ganze Bild ist in einen stilisierten Rahmen eingebettet, der einen Fernseher darstellt.

Mit dem gut gewählten Design des Covers ist auch der Rahmen der Studie abgesteckt: Der Dorfplatz ist also der Ort, den Menschen, hier ethnische Minderheiten, „früher“ (so antizipiert man bei Tracht sofort) für ihre Tänze und Bräuche genutzt haben. Heute hingegen, so wissen wir, kommen diese Menschen nicht mehr auf dem zentralen Platz des Dorfes zusammen, sondern sie schen sich stattdessen tanzende Trachtenpaare und Musiker im Fernsehen an. Doch der Empfang der ethnischen

Sendung ist um den Fuß, das tragende Element herum, gestört. Minderheiten, so schlägt der in das Foto integrierte Untertitel des Buches vor, kämpfen im Zeitalter der Globalisierung um ihre kulturelle Identität, hier symbolisiert im Bild vom „Volkstanz“. Die Tradition dieser Tanzfolklore scheint ebenso gefährdet wie die echten Dorfplätze und das dörfliche Gemeinschaftsleben. An beiden Dorfplätzen, dem echten wie dem virtuellen der Medien, wird die Minderheitensprache nicht mehr „gepflegt“. Das Ethnische ist vom Verschwinden, sprich von der Assimilierung bedroht. Stimmt das so?

Die These des hier zu besprechenden Buches ist, dass die so genannten „Massenmedien“ wesentlichen Anteil am Eindringen von Mehrheitssprachen in Minderheitenregionen haben und – wegen mangelnder Protektion seitens des Staates – die ethnische Minderheit/Minderheitensprache im Bestand bedrohen. In den Schlussbemerkungen nutzt die Autorin dann auch die Gelegenheit, Vorschläge zu machen, wie dieser Gefahr mit entsprechenden Maßnahmen zu begegnen sein könnte.

In der Arbeit wird der Vorgang der Überformung der Minderheitensprache und die Rolle der Medien in diesem Prozess über einen Zeitraum von beinahe 150 Jahren historisch beleuchtet und durch eigene empirische Untersuchungen der Autorin mit Daten aus der heutigen Zeit ergänzt. Als empirisches Beispiel dient die slowenische Minderheit in Kärnten, Österreich. Die Autorin beschäftigt sich seit längerer Zeit mit dieser Minderheit, hat ihr Berufsleben der Thematik gewidmet und sich auch wissenschaftlich bereits vor dem Verfassen dieses Buches mit dem Problem der Mehrsprachigkeit in Kärnten auseinander gesetzt und darüber publiziert. Frau Busch wohnt seit über zwanzig Jahren vor Ort, hat slowenisch gelernt und ihre Kinder gehen auf eine slowenische Schule. Sie kann also neben ihrer wissenschaftlichen Arbeit auf eine profunde Kenntnis im Bereich der Thematik Mehrsprachigkeit und dem Verhältnis von Mehrheits- und Minderheitensprache zurückgreifen. Dieser Grad an Informiertheit ist der Arbeit anzumerken, die als Dissertation an der Universität Klagenfurt im Fachbereich Kulturwissenschaften abgeschlossen wurde.

Zweifellos kommt diese Erfahrung auch in dem sehr reichhaltigen Detailwissen zu Tage, das die Autorin akribisch zusammengetragen hat. Nach einem ersten kurzen Einleitungskapitel, in dem Vorgehensweise, Fragestellung