

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 Erscheinungsgebietes, 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 berührten wurden. Dies gilt am meisten für den „Aufländer“ Malinckrodt („Westfälischer Anzeiger“), am wenigsten für den „Geschäftsmann“ Krüger („Dortmunder Wochenblatt“). Der Verfasserin ist hier ein sehr anschauliches und höchst lebenswertes 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 „Konstruktivisten“. 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. Lebensorwert ist dagegen die kurze Darstellung und

praxisrelevante Anwendung der „Münchner Theorie der Sozialen Zeit-Kommunikation“. Sie gibt eine knappe und gut nachvollziehbare Einführung in einen begrifflich-theoretischen Ansatz, der mehr Beachtung verdient. Philomen 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 unbedeutenen 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.

Mit Bezug auf die Forschungsergebnisse verweist „Puzzling Gender“ auf die Komplexität und die Variabilität von Geschlechterbildern und -identifikationen, die auf verschiedenen Ebenen ständig verhandelt werden: Musikvideos betrachtet Bechdolf als „alltägliche Schauplätze der diskursiven Konstruktion von Geschlecht“ (S. 51). Die verschiedenen medialen Repräsentationen fungieren im Aneignungsprozess als Puzzleteile für ihre RezipientInnen. Die Stärke von „Puzzling Gender“ liegt darin, dass es diesen komplizierten alltagsweltlich eingebundenen Prozess der Reproduktion, der De- und Rekonstruktion der Kategorie Geschlecht anschaulich beschreibt. Dabei erscheint die „Verhandlungssache Geschlecht“ in ihren vielen Dimensionen „als Ordnungskategorie, als Differenz, als binäre Opposition, als Mittel zur Segregation, als Komplimentarität und vor allem als Platzanweiser in einer stabilen gesellschaftlichen Hierarchie“ (S. 220).

Die Untersuchung verortet sich im interdisziplinären Raum, der von der empirischen Kulturwissenschaft und der Medienwissenschaft aufgespannt wird, und greift drei Forschungsdefizite auf: Sie behandelt populäre Musik als wichtiges Medium der Identitätsarbeit Jugendlicher, liefert einen notwendigen Beitrag zur empirischen Erforschung der neueren Publikums- und Aneignungstheorien und stellt schließlich die noch immer vernachlässigte Kategorie Geschlecht in den Mittelpunkt. Theoretische Kontexte der Arbeit, die Ute Bechdolf im ersten von drei zentralen Kapitel entwickelt, liefern die Cultural Studies und die konstruktivistische Genderforschung. Für eine feministische Medien/Geschlechterforschung ist der Diskursbegriff und das in Anlehnung an Foucault so genannte „Dispositiv der Zweigeschlechtlichkeit“ zentral. Medien werden als diskursproduzierende Instanzen gefasst, in denen die Bedeutung des Geschlechts auf allen Ebenen medialer Produktion und Rezeption ständig verhandelt wird. Aus diesen Überlegungen leitet sich auch das methodologische und methodische Vorgehen der Studie ab. Dabei greift Ute Bechdolf das bereits 1985 von Richard Johnson entwickelte Modell der Zirkulation von Diskursen auf, das den Zusammenhang von Produktion, Zirkulation und Konsumption kultureller Produkte illustriert. Die Studie berücksichtigt alle Stationen in Johnsons Kreislauf – Produktion, Kontext, Text und Rezeption –, auch wenn Bechdolf vor

allem die beiden letzten empirisch untersucht, indem sie eine Produktanalyse mit einer Rezeptionsstudie verbindet.

Im zweiten Hauptkapitel wendet sich Ute Bechdolf den Videoclips als medialen Produkten zu, die Männlichkeit und Weiblichkeit vielfältig konstruieren. Zunächst arbeitet sie heraus, wie Geschlecht im Medium Musik und in der Musikvideoproduktion und -distribution eingeschrieben ist. So ist in vielen Diskursen zum Thema populäre Musik Rock mit Männlichkeit und Pop mit Weiblichkeit attribuiert, auch wenn eine solche binäre Betrachtung sicher keine allumfassende Gültigkeit beanspruchen kann. Im Anschluss daran präsentiert Bechdolf die Ergebnisse ihrer Textanalyse, die auf ca. 800 Clips beruht und als qualitative Erhebung hermeneutisch angelegt ist. Dabei arbeitet sie die verschiedenen „Repräsentationsweisen von Geschlecht“ in den Videoclips minutiös heraus und erläutert die dabei jeweils verwendeten auditiven, narrativen und rhetorischen Strategien anhand einer Fülle von Beispielen. Grundlegend unterscheidet Bechdolf zwischen drei „Audio-Visionen“ von Geschlecht: die der Tradition und Affirmation hegemonialer Geschlechterverhältnisse in der Mehrheit der Clips, die der Opposition und Rebellion gegen geschlechtergebundene Machtverhältnisse und schließlich die des Gender-B(l)ending, die im Unterschied zu den anderen Repräsentationsweisen das symbolische System der Zweigeschlechtlichkeit durchbricht.

Bechdolfs Einteilung der Textebene weist Parallelen zu dem inzwischen viel kritisierten Modell der drei Lesarten von Stuart Hall auf. Die Autorin unterscheidet jedoch deutlich zwischen dreigeteilten Repräsentationsweisen, die sie differenziert seziert, und den darauf Bezug nehmenden vielfältigen Aneignungsweisen, die sie nicht in das dreigeteilte Schema presst. Die Ergebnisse ihrer Rezeptionsstudie stellt Bechdolf im dritten Hauptkapitel zur Diskussion. Mittels zahlreicher Interviewauszüge zeigt sie, wie die von ihr befragten Jugendlichen in der Musikvideorezeption Geschlechterverhältnisse re- und dekonstruieren und sich auf der Basis von Vorerfahrungen und sozialer Positionierung differenziert auf die drei angebotenen Repräsentationsstrategien beziehen. Bechdolf zu folge erfahren alle Jugendlichen die Welt der Popmusik als eine vergeschlechtlichte. Dieses anscheinend geschlossene System – „Ich glaube, daß der Kuschelrock mehr von Mädchen

gehört wird als von Jungs ...“ (S. 150) – enthält aber auch Brüche und Chancen zur Grenzüberschreitung – „Ja, es gibt schon Musikrichtungen, die ich nicht höre, ... aber ich würde nicht sagen, das ist, weil ich ein Mädchen bin oder so“ (S. 155). Neben solchen „Distinktionen“ interessieren Bechdolf die „Attraktionen“, die die verschiedenen Geschlechterpräsentationen für die Jugendlichen ausstrahlen. Generell zeigt sich dabei, dass Videoclips, die ein Genderb(l)ending versuchen, bei den Jugendlichen am wenigsten Reaktionen hervorrufen. Klare Geschlechterdifferenzen, wie sie den anderen beiden Repräsentationsweisen zugrunde liegen, stoßen auf größeres Interesse der Befragten und liefern ihnen mehr Reibungspunkte.

Insgesamt belegt die Studie die großen Unterschiede in den verschiedenen individuellen Rezeptionsstrategien. Bechdolf beharrt aber darauf, dass die vielfältigen Aneignungsweisen keineswegs zufällig sind, sondern einerseits von den unterschiedlichen textuellen Vorgaben, Programmkontexten und Produktionsbedingungen abhängen, des Weiteren von den individuellen und sozialen Persönlichkeitsmerkmalen – wie Musikgeschmack und Bildung – beeinflusst werden und schließlich auch drittens durch die Geschlechtszugehörigkeit bestimmt sind. Neben den zahlreichen Gemeinsamkeiten zwischen den Geschlechtern herausstellt sie vor allem einen Hauptunterschied heraus: „Während die jungen Frauen generell für Alternativen aller Art offen sind, Oppositionen und Auf-Brüche goutieren und z. T. auch aus sexistischen Repräsentationen noch Vergnügen ziehen können, so erweisen sich die meisten jungen Männer als weniger flexibel“ (S. 207).

Bechdolf hat mit insgesamt 14 TeilnehmerInnen bzw. TeilnehmerInnengruppen zumeist zwei fokussierte Leitfadeninterviews geführt. Um mehr über konkrete Aneignungsstrategien zu erfahren, hat sie den Jugendlichen sechs ausgewählte Clips, je zwei pro Repräsentationsweise, vorgeführt. Kriterien für die Zusammensetzung des Samples waren neben der Geschlechtszugehörigkeit und dem Alter auch Bildungsabschluss und ethnische Herkunft. Stichprobe und Datenerhebung wirken nicht immer zwingend und verweisen so auf die Probleme von Rezeptionsstudien, die den Cultural Studies verpflichtet sind. Ethnografische Methode, radikale Kontextualisierung der Forschung, Vielfalt der Samplecharakteristika be-

inhalten Ansprüche, die angesichts beschränkter Ressourcen – Bechdolfs Publikation basiert auf ihrer Dissertation – eine reliable Datenerhebung und valide Interpretation zu einer abenteuerlichen Gratwanderung werden lassen. Ute Bechdolf gelingt dieser Balanceakt durchgehend. Damit zeigt ihre Arbeit auch, dass die Kommunikationswissenschaft viel gewinnen kann, wenn sie sich auf das Abenteuer qualitativer, kontextualisierter Forschung bewusst einlässt, nämlich Transparenz, Lebensnähe und relevante Einsichten in den Medienprozess.

Elisabeth Klaus

### Barrie Gunter

#### **Media research methods**

Measuring audiences, reactions and impact

London / Thousand Oaks / New Delhi: Sage, 2000. – 314 S.

ISBN 0-7619-5658-1

Wer angesichts des Titels ein Handbuch zur Medienforschung erwartet, das umfassend und detailliert in einzelne Messverfahren einführt, der wird enttäuscht sein. Gunters „Media research methods“ ist kein „technical guide“, gibt weder eine Einführung noch einen systematischen Überblick. Vielmehr will Gunter – erfahren in der angewandten und wissenschaftlichen Medienforschung – die Bandbreite und Vielfalt des Einsatzes von Forschungsmethoden in zentralen Feldern der Medienforschung vorstellen, unterschiedliche theoretische Orientierungen berücksichtigen sowie die Vorteile und Nachteile der qualitativen und quantitativen Verfahren diskutieren.

Gunter beginnt mit einer sehr knappen Skizze des theoretischen Hintergrundes der Medienforschung, der vom Positivismus über die Kritische Theorie bis hin zu den Cultural Studies reicht. Während nach solchen einleitenden Bemerkungen üblicherweise entweder die qualitativen oder die quantitativen Ansätze ignoriert werden, will Gunter bewusst integrieren. Er kommt sogar zu dem optimistischen Schluss, dass „since the beginning of the 1980s, media research has witnessed a steady convergence of theoretical orientations and methodological approaches, particularly in respect of the analysis of media content“ (S. 20).