

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 Bechdolds 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 Diskurselemente“ (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 Renommierstil, 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 in Matletzkes Feldschema. So kommt es, dass er eine ganze Reihe von Themen an mehreren Stellen jeweils ausführlich behandelt. Natürlich ist mir

klar, dass „media logic“, die Schweigespirale oder Pseudo-Ereignisse nicht nur mit der Produktion politischer Kommunikation zu tun haben. Aber Schulz belässt es nicht bei Querweisen zu der Stelle, an der das entsprechende Phänomen ein für allemal ausführlich beschrieben würde.

Warum er z. B. die Nutzung politischer Kommunikation ausführlich im zweiten Kapitel („Medienexpansion und Medialisierung der Politik“) behandelt, dann aber auch noch einmal und ausgedehnter in Kapitel 5 („Massenmedien und politisches Engagement“), kann ich mir nur so erklären: Schulz geht zu bescheiden davon aus, dass immer nur Teile seines Buches in der Lehre eingesetzt werden; die müssen dann jeweils für sich stehen. Das aber hätte gerade dieses Lehrbuch nicht verdient.

Klaus Schönbach

Diana Silberman Keller / Zvi Bekerman / Henry A. Giroux / Nicholas C. Burbules (Eds.)

Mirror Images

Popular Culture and Education

New York et al.: Peter Lang, 2008. – 226 S.

(Counterpoints: Studies in the Postmodern Theory of Education; 338)

ISBN 978-1-4331-0230-1

Silberman Keller und ihre Mitherausgeber wollen ein Wissen über Populärkultur mit Wissen über Pädagogik verbinden. Sie gehen davon aus, dass sich Populärkultur und Pädagogik, verstanden als allgemeine kulturelle Phänomene, gegenseitig spiegeln (daher der Titel „Mirror Images“). Was hierbei aufscheint, soll von den Autoren kritisch beobachtet werden.

Der Band gliedert sich in die Einleitung der Herausgeber und zwölf Kapitel von jeweils unterschiedlichen Autoren, die aus verschiedenen Ländern stammen – wenn auch v. a. aus den USA. Jedes Kapitel steht für sich; dabei wird eine Vielfalt theoretischer Sichten eingenommen. Das ist gewollt und schon durch die unterschiedlichen Herkunftsfächer bedingt. Es überwiegen Kommunikations- und Erziehungswissenschaften.

Die ersten beiden Kapitel befassen sich mit Spielfilmen. Zuerst geht es in einer eher groben Skizze darum, wie Schule als Institution in Hollywoodfilmen konstruiert wird (Mary M.

Dalton). Dann werden schulische Bildungsaspekte in populären Filmen untersucht, und zwar unter der Perspektive von Rasse oder kultureller Differenz (Gordon Alley-Young). Dies ist einer der wenigen Beiträge, die einen erfahrungswissenschaftlichen Zugang zeigen.

Kap. 3–5 sind von den Herausgebern verfasst; wobei Burbules kein Kapitel beigetragen hat. Giroux beginnt, indem er anhand unterschiedlicher Quellen die Militarisierung des öffentlichen Lebens in den USA zeigt. Dabei spricht er auch von einer Art öffentlicher Pädagogik, die sich der Populärkultur bedient. Bekerman nutzt sein Kapitel zu einer persönlichen Reflexion darüber, wie er sich in den letzten Jahren auf Verbindungen zwischen Populärkultur und Bildungsphilosophie bezogen hat. Mit Bezug auf die Metapher des Spiegelbilds analysiert Silberman Keller zwei Filme: Almodóvars „Bad Education“ und Tarantinos „Kill Bill“. Dabei geht sie besonders auf Schockeffekte ein. Ihre These ist, dass die Filme Hochkultur und normative Bildung in der Populärkultur spiegeln – und umgekehrt.

Die beiden nächsten Kapitel handeln von Videospiele. Gonzalo Frasca analysiert und kritisiert Spiele der Genres „Advergaming“ (Verbindung von Werbung und Videospiele) und politisches Videospiele. Darin, dass sie Techniken der Überzeugung anwenden, sieht er eine Gemeinsamkeit mit Pädagogik. Im Folgenden argumentiert Kurt Squire, dass Videospiele Räume an Möglichkeiten öffnen, in denen Menschen Ideen erkunden können sowie gegenwärtige und zukünftige Identitäten. Das wird am Beispiel einer Community illustriert.

Wie das informelle Lernen von Englisch als zweiter Sprache auf einer Fanfiction-Website vonstatten geht, zeigt Rebecca Ward Black an einer Fallstudie. Fanfiction umfasst Geschichten, die Fans z. B. zu einer Fernsehserie, einem populären Buch oder hier einem Anime (japanischer Zeichentrickfilm) verfassen.

Das nächste Kapitel untersucht und würdigt Hip-Hop, dessen Ursprünge, Ästhetik, Kultur und Lyrik. Mary Stone Hanley diskutiert innewohnende pädagogische Möglichkeiten der Transformation des Bewusstseins von Jugendlichen und Lehrern sowie der sozialen Veränderung.

Es folgt ein Sprung zu Werbung und Mode. Zunächst plädiert Virginia S. Funes dafür, mit Schülern Fernsehwerbung, die Teil ihres populärkulturellen Alltags ist, zu untersuchen.