Gudrun Marci-Boehncke/Petra Werner/Ulla Wischermann (Hg.): BlickRichtung Frauen: Theorien und Methoden geschlechtsspezifischer Rezeptionsforschung

Weinheim: Deutscher Studien Verlag, 1996, 195 S., ISBN 3-89271-565-3, DM 44,–

'Geschlecht' im Unterschied zu 'Sexualität' „ist nicht etwas, das wir 'haben' oder 'sind', sondern etwas, was wir tun" (S.37) schreiben Elisabeth Klaus und Jutta Röser (mit dem Hinweis auf Carol Hagemann-White) und treffen mit diesem Satz den Tenor des vorliegenden Bandes: Geschlecht ist ein soziales Konstrukt, das Frauen- und Männerbilder entwirft, die ihre Existenz einem gesellschaftlich verfügbaren Deutungsrepertoire verdanken. Geschlecht ist performativ: „ein aufwendiges und konfliktträchtiges Zusammenspiel von Zwängen und Motiven [...], ökonomischen Nötigungen und subjektiven Bedürfnissen, von kulturellen Deutungssystemen, normativen Vorschriften, Selbstbildern und Selbstinszenierungen" (S.21). Allein daher schon dürften Forschungsansätze zum medienspezifischen Rezeptionsverhalten von Zuschauerinnen und Zuschauern Geschlecht als konstitutive Strukturkategorie in Zukunft nicht länger übersehen.

Der Band liefert einen klaren Überblick über Theorien und Methoden geschlechtsspezifischer Rezeptionsforschung. Dies ist umso erfreulicher, als es dem relativ jungen Forschungsfeld noch an Transparenz und Überschaubarkeit fehlt, was nicht zuletzt auf die ansteigende Menge anglo-amerikanischer Publikationen zurückzuführen ist. Die Aufsätze von Waltraud Cornelißen und Marie-Luise Angerer/Johanna Dorer bilden die theoretisch-methodologische Klammer für alle nachfolgenden, mehr empirisch ausgerichteten Studien. Sie verzeichnen eine Neuorientierung innerhalb der feministischen Fernsehforschung, die nicht mehr an einem fixen Geschlechterdualismus festhält, sondern die „Labilität der Geschlechterpositionen als bestimmendes Moment für die Rezeptionssituation betrachtet" (S.188). „Ausgehend von Forschungsergebnissen, die zwar geschlechtsspezifische Differenzen in der Aneignung medialer Inhalte erkennen lassen, aber doch eine Dichotomisierung geschlechtsspezifischer Aneignungsmodi verbieten" (S.187), wird eine Methodenvielfalt postuliert. In der Konzeption von *gender* rekurrieren die Modelle auf Erkenntnisse aus der Lancan'schen Psychoanalyse, der Semiotik und den multidisziplinären Cultural Studies.

Als fruchtbar bei der Erforschung des Rezeptionsverhaltens von Frauen haben sich auch empirische Studien zur Erinnerungsarbeit – wie sie Brigitte Hipfl vornimmt – erwiesen. Die Frauen werden hierbei gebeten, in Form von Erinnerungsprotokollen ihre persönlichen Eindrücke, Wunschvorstellungen und Erfahrungen im Umgang mit verschiedenen Medien niederzuschreiben. Die sich daran anschließende Analyse solcher Texte kann im Sinne ethnographischer Verfahren über die Beschäftigung mit dem Gegenstand selbst auch Aussagen machen über die Lebensumstände der Mediennutzerin, d. h. ihre Sozialisation und Einbindung in ein spezifisches Werte- und Normensystem, oder unerfüllte Wünsche, Sehnsüchte und ritualisierte Verhaltensweisen aufscheinen lassen. Die Bedeutungskonstruktion durch die Rezipientin, der soziale Kontext sowie die situative Einbettung der kulturellen Praxis rücken somit in den Vordergrund.

Dabei werden quantitative „zunehmend durch qualitative Forschungs-methoden ersetzt" (S.68). Ganz aber möchte man nicht auf sie verzichten, wie die Integration von Britta Frielingsdorfs Beitrag zur quantitativen Reichweitenforschung beim Fernsehen und Radio in den Sammelband zeigt. Ebenso wie die Möglichkeiten werden hier vor allem die Grenzen quantitativer Untersuchungen deutlich. So greift eine grobe Unterteilung des Publikums in Mann/Frau, wie die Autorin schlüssig darlegt, bei der Beschreibung des Radio- und Fernsehkonsums im Tagesablauf zu kurz.

Elisabeth Klaus und Ulrike Röttger plädieren für eine stärkere Einbindung von Alltagserfahrungen in die Untersuchungen zum geschlechtsspezifischen Rezeptionsverhalten. Die Autorinnen untersuchen weibliche Medienbiographien und stellen fest, daß die Mediennutzung in den meisten Fällen zum unreflektierten Bestandteil der Alltagsbewältigung geworden ist. Solche Studien scheinen nahezulegen, daß Medien – und dies gilt insbesondere für die Massenmedi-

en wie Fernsehen, Radio und Zeitung – elementar an der Konstitution von persönlicher wie kultureller Identität beteiligt sind.

Reizvoll gestaltet sich die gleichzeitige Offen- wie Geschlossenheit des Bandes: Einerseits zeichnen sich die Aufsätze durch Komplementarität und innere Bezüge zueinander aus und bilden so einen griffigen Satz an Definitionen und Eckdaten zur gegenwärtigen Diskussion geschlechtsspezifischer Mediennutzung; andererseits bleiben sie als Einführungen thematisch unabgeschlossen und fragmentarisch. Hier liefert der Band allenfalls Anregungen zur weitergehenden Beschäftigung mit einzelnen Themen. Zu begrüßen ist der kurze „Annex", der die zuvor erörterten Theorien, Methoden und empirischen Studienergebnisse nochmals in Form knapper Abstracts zusammenführt. Ähnlich dem Einklicken in die Homepage des Internet, wird der Leserin auf diese Weise der Einstieg in die Methoden- und Themenvielfalt geschlechtsspezifischer Rezeptionsforschung erleichtert und eine rasche Orientierung gewährleistet.

Brenda Hollweg (Chemnitz)