

**Waltraud Cornelißen: Fernsehgebrauch und Geschlecht.
Zur Rolle des Fernsehens im Alltag von Frauen und Männern**
Opladen, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag 1998, 257 S.,
ISBN 3-531-13197-4, DM 49,–

Der Band bietet einen systematischen Überblick über die deutsche, englische und US-amerikanische publikums- bzw. rezeptionsorientierte Fernsehforschung, wobei die theoretischen Modelle und empirischen Studien daraufhin gesichtet werden, inwiefern sie zur Erklärung der geschlechtsspezifischen Ausprägung des Fernsehgebrauchs beitragen bzw. beitragen können. Die Lektüre wird von zwei Grundannahmen geleitet: *Erstens* wird, ausgehend von einer akteurs- und handlungsorientierten Mediensoziologie, der Fernsehgebrauch als sozial kontextualisierter Handlungskomplex definiert, der sowohl die Fernsehnutzung als auch die Aneignung des Fernsehangebots umfaßt. Und *zweitens* wird in Abgrenzung zu biologischen, sozialisationstheoretischen und psychoanalytischen Geschlechtermodellen das soziologische Konzept der Geschlechterkonstruktion präferiert und in die feministische Forschung zum hierarchischen Geschlechtermißverhältnis integriert. Entsprechend stehen folgende Dimensionen des Fernsehgebrauchs im Mittelpunkt: *Erstens* wird nach der geschlechtsspezifischen Arbeitsteilung und ihrem Einfluß auf die Fernsehnutzung sowie auf die Aneignungsformen gefragt. *Zweitens* gilt das

Interesse den medialen Männer- und Frauenbildern, insofern sie geschlechtsspezifische Fernsehnutzungsmuster vorgeben und geschlechtsspezifische Programmpräferenzen und Aneignungsweisen prägen. *Drittens* wird der Fernsehgebrauch unter der Perspektive relevant, daß die Familie ein Kondensat gesamtgesellschaftlicher patriarchaler Hegemonie darstellt. *Viertens* stellt sich bezüglich der Aneignungsweisen die Frage nach den Strategien von Zuschauerinnen gegenüber Medienangeboten, die vor allem von männlicher Definitionsmacht bestimmt sind.

Die im Schlußkapitel aufgestellten Anforderungen an Mediengebrauchsmodelle für zukünftige Forschungen zum geschlechtsspezifischen Fernsehgebrauch umfassen u. a. die Forderungen, daß sowohl die Strukturierung von Medienangeboten als auch die Medientechnologien selbst angemessen berücksichtigt werden müssen. So sind im Fernsehen Inszenierungen weiblicher Unterlegenheit bzw. Unterordnung sowie männlicher Dominanz bestimmend. Und die Einführung neuer technischer Geräte in Familienhaushalten verstärken kurz- und mittelfristig meist die Geschlechterhierarchie. Im weiteren wird eine Offenheit sowohl für die Vielfalt von Nutzungsweisen als auch für die Vielzahl von Aneignungsstilen gefordert. Beispielsweise erweist sich die Steigerung der Medienkontakte weniger als Resultat von mehr Freizeit und intensiverer Fernsehnutzung als vielmehr davon, daß Fernsehen und Tätigkeiten im Haushalt parallel geschaltet werden. *Drittens* wird gefordert, daß nicht nur der situative Kontext des jeweiligen Fernsehgebrauchs, sondern auch der kulturelle sowie biographische Kontext und die sozialstrukturelle Positionierung berücksichtigt werden. Daß in dieser Anforderung letztlich nur die 'class and gender'-Debatte der achtziger Jahre, nicht aber die 'race and gender'-Debatte der neunziger Jahre Eingang findet, ist symptomatisch für die deutschen Wissenschaftsverhältnisse. *Viertens* wird ein komplexeres 'rational choice'-Modell eingefordert, das nicht nur die optimierende Nutzenorientierung, sondern auch die Vermeidung von Kosten in Betracht zieht. Und abschließend wird eine angemessene Konzeptualisierung der Verschränkung von Medienmacht und Medienvergnügen gefordert, da die vielfältigen und gegenläufigen RezipientInnenaktivitäten stets in optionalen Medien- und geschlechterhierarchischen Gesellschaftsverhältnissen situiert sind.

Matthias Thiele (Dortmund)