

Medien, Sozialisation und Geschlecht

Sozialisation durch Medien – Mediensozialisation – ist besonders aus medienpädagogischer Perspektive ein zentrales und viel diskutiertes Thema. In Zeiten des Gender-Mainstreamings sollten dabei geschlechtsfokussierende Studien eine Selbstverständlichkeit sein. Doch Neuveröffentlichungen auf diesem Gebiet sind rar. Umso erfreulicher, dass die Herausgeberin Renate Luca mit dem vorliegenden Band *Medien – Sozialisation – Geschlecht* eine Reihe von Fallstudien und Beiträgen zusammengetragen hat, die das Verhältnis von Medien und Geschlecht in den verschiedenen medialen Bereichen beleuchten. Eingebettet sind die insgesamt zehn Fallstudien in einen theoretischen Rahmen, der in den aktuellen Forschungsstand einleitet und die Studien theoretisch verortet. Besonders positiv fällt die Bandbreite der Ansätze auf: Neben dem einleitenden Theorieteil sind sowohl Produktanalysen, empirisch-qualitative Rezeptionsstudien als auch Berichte aus der praktischen Medienarbeit vertreten. Jürgen Budde bereitet auf wenigen Seiten die Ansätze der Gender Studies verständlich auf, ohne dass deren Komplexität verloren ginge. Budde deckt die sozialen Konstruktionsakte von Geschlecht auf und zeigt, wie diese mit Macht verwoben sind (S. 23). Gleichzeitig wird auch die Problematik thematisiert, dass die Beschäftigung mit Gender Gefahr läuft, die bestehende Geschlechterdichotomie zu bestärken. In ihrem Beitrag zur Mediensozialisation weist Renate Luca auf die praktische Orientierung der folgenden Beiträge hin: dem

Anspruch der Anwendbarkeit in der medienpädagogischen Praxis. So finden sich in den Fallstudien oft hilfreiche Anregungen zu einer Anwendung der theoretischen Erkenntnisse in der medienpädagogischen Praxis.

Wie Geschlechterinszenierung in den Medien im Detail funktioniert, wird anhand von Kinderfilmen (Ellen Friedriszik), dem TV-Format *Big Brother* (Jürgen Budde) und der Zeitschrift „fit for fun“ (Reemt Reemtsema) herausgearbeitet. Der Medienrezeption bei Mädchen widmet sich ein Beitrag zum Filmerleben. Dagmar Beinzger untersucht den Stellenwert, der der Filmerfahrung bei der Entwicklung von Geschlechtsidentitäten zukommt. Sie bezeichnet diesen Prozess in Anlehnung an die parasoziale Interaktion als „parasoziales Doing Gender“ (S. 113). Filme, so die Autorin, zeigen „Frauen sowie Männer, die entlang der symbolischen Ordnung der Zweigeschlechtlichkeit (inter-) agieren, und stellen damit Handlungsmuster des Doing Gender bereit, die im Probehandeln der parasozialen Interaktion mitvollzogen werden“ (S. 113). Die darin enthaltenen Komponenten Lebenskontext, Geschlecht und Biographie finden durch einen medienbiographischen Forschungsansatz in der Studie Berücksichtigung. Vor diesem Hintergrund deckt die Fallstudie auf, wie Filme lediglich begrenzte und eindimensionale Subjektpositionen anbieten und nicht selten „Brüche und Irritationen“ produzieren (S. 125). Werden diese Irritationen jedoch erkannt, lässt sich die eigene Geschlechtsidentität neu verhandeln, ein Ausbruch aus dem geschlechtlichen „Identitätszwang“ wird möglich. Beinzger

schlägt als medienpädagogische Methode eine biographische Sicht auf die Medienaneignung vor, mit deren Hilfe in Gruppen- oder Einzelarbeiten die Normen von „Doing Gender“ dekonstruiert werden können.

Einen vielversprechenden Ansatz zur geschlechtsgebundenen Fernsehrezeption bei Fernsehkrimis liefert Imke Schilter. Indem sie in einer Strukturanalyse zunächst weiblich und männlich konnotierte Elemente der Krimireihe *Bella Block* herausarbeitet und eine Folge dann mit je einer weiblichen und einer männlichen Befragungsperson bespricht, erklärt sie, inwieweit Rezeption geschlechtsgebunden variiert: „Hinter dem gleich hohen Beliebtheitsgrad von Krimisendungen bei weiblichen und männlichen Zuschauern verbergen sich also unterschiedliche geschlechtsgebunden variierte Begründungen für diese Beliebtheit“ (S. 163). Durch die geringe Anzahl an Befragten lassen sich leider wenig aussagekräftige Schlüsse ziehen, eine Weiterführung der Studie wäre jedoch durchaus wünschenswert. *Medien – Sozialisation – Geschlecht* hält sein Versprechen, das Wechselverhältnis zwischen Geschlecht und Medien in seiner Vielschichtigkeit zu skizzieren. Geschlechterkonstruktionen in den Medien und deren Bedeutung bei der Identitätenbildung werden beschrieben und anhand konkreter Beispiele die Funktionsweisen dieser Konstruktionen aufgedeckt. Der Band leistet damit einen relevanten Beitrag zum Geschlechterdiskurs und unterbreitet gleichzeitig Vorschläge für die anwendungsbezogene, praktische Medienarbeit.

Susanne Eichner



Renate Luca (Hrsg.): *Medien – Sozialisation – Geschlecht. Fallstudien aus der sozialwissenschaftlichen Forschungspraxis.* München 2003: kopaed. 14,90 Euro, 192 Seiten.