

## Filmrezeption und Mädchencliquen

Im Mittelpunkt der meisten Rezeptionsstudien, die jugendliche Zuschauer untersuchten, standen Fernsehsendungen und deren Rezeption. Der Umgang mit Filmen wurde bisher empirisch nicht untersucht. Mathias Wierth-Heining schließt nun diese Forschungslücke auf einzigartige Weise. In einer qualitativen Studie, in der er verschiedene methodische Verfahren kombiniert (teilnehmende Beobachtung, Gruppen- und Einzelinterviews, Medientagebücher, Wahrnehmungsprotokolle), gelingt es ihm, die Innenperspektive von Mädchencliquen sowie die individuellen Sichtweisen der einzelnen Cliquemitglieder deutlich werden zu lassen.

Ziel der Untersuchung, die in Marburg als Dissertation vorgelegen hat, war es, herauszufinden, „in welcher Art und Weise narrative Filme für die Mädchencliquen bedeutungsvoll werden“ (S. 131). Dabei war dem Autor auch wichtig, ob sich die Bedeutung eines Films nur aus der eigentlichen Rezeption ergibt oder ob noch andere Faktoren und Prozesse eine Rolle spielen. Vor allem der „identitätsbildende Umgang“ interessierte Wierth-Heining. Nach lesenswerten Kapiteln über „Jugend, Identität und Peer-groups“, „Jugendliches Medienhandeln im kulturellen Kontext“ und „Dimensionen der Rezeption“, die den medien- und sozialisationstheoretischen Rahmen der Arbeit abdecken, nimmt die Darstellung der Mädchencliquen und ihrer Rezeptionsmuster einen breiten Raum im vorliegenden Buch ein – und das ist gut so, denn die anregende und spannende Lek-

türe bietet tiefe Einblicke in den Umgang der Mädchen mit Filmen und wie sie den Filmen individuell und gemeinsam Bedeutung geben. Hier ist leider nicht der Platz, um die Vielfalt der Ergebnisse auch nur annähernd wiedergeben zu können. Aber die Prozesse, Muster und Strukturen, die in der Bedeutungsbildung sichtbar werden, zeigen, wie Filme in die alltäglichen Sinnstrukturen der Mädchen eingebettet werden. Im Mittelpunkt der Analyse stehen vier Filme – *Pearl Harbor*, *Gladiator*, *8mm* und *Doppel-mord* – und deren Rezeption von drei Mädchencliquen mit insgesamt zehn Mädchen zwischen 14 und 18 Jahren. Der Autor geht in seiner Untersuchung sehr differenziert vor. So unterscheidet er eine vorrezeptive Phase, in der die Erwartungen und das Vorwissen der Medien bedeutsam sind, die eigentliche Rezeptionsphase mit der sinnlichen Wahrnehmung im Zentrum und die nachrezeptive Phase mit der nachträglichen Gestaltung und der gemeinsamen Evaluation der Filme. Auf diese Weise kommt er zu einem detailreichen Bild der Rezeption und Aneignung der Filme durch die Mädchen. Im Rahmen der „identitätsbildenden Aneignung“ (S. 337) ist die vorrezeptive Phase geprägt von der Selbstvergewisserung der Mädchen durch geschmackliche Einordnung der Filme, die Rezeptionsphase vom Probehandeln und Probefühlen im geschützten Rahmen der Rezeptionssituation und die nachrezeptive Phase von der Identitätsdarstellung, denn „Teil der cliquenkommunikativen Aneignung und Auseinandersetzung sind vor allem die vielfachen Bezüge zu sich selbst, die

geäußert werden und wichtiger Teil der Identitätsdarstellung in Gruppen sind“ (S. 342). Diese Formen des Umgangs sind Bestandteil der Filmkompetenz als soziale, kommunikative Kompetenz der Mädchen. Dadurch sind sie in der Lage, „den Filmtext zu funktionalisieren [...], im Sinne einer gemeinsamen Konstitution von Vergnügen, die den Interpretations- und Handlungsspielraum erheblich erweitert“ (S. 363). Der Umgang mit den Filmen, bei dem die Clique unterstützend wirkt, zeigt sehr deutlich, wie die Mädchen ihre Filmkompetenz, die nicht nur in einem großen Medien- und Filmwissen besteht, einsetzen und nutzen.

Mathias Wierth-Heining ist eine der beeindruckendsten Studien der letzten Jahre zur Filmrezeption von Mädchen gelungen. Wer dieses Buch nicht gelesen hat, wird künftig nicht mitreden können, wenn über die Medien- und Filmkompetenz von Jugendlichen, insbesondere Mädchen, diskutiert wird.

Lothar Mikos



**Mathias Wierth-Heining**

(Hrsg.):

*Filmrezeption und Mädchencliquen. Medienhandeln als sinnstiftender Prozess.* München 2004: kopaed, 397 Seiten m. Abb. u. Tab., 19,80 Euro