

**Elizabeth Prommer: Kinobesuch und Lebenslauf.  
Eine historische und medienbiographische Studie**

Konstanz: UVK Medien 1999 (Kommunikation audiovisuell, Bd. 24),  
402 S., ISBN 3-89669-204-2, DM 45,-

Die vorliegende Studie thematisiert den Stellenwert von Kinobesuchen im medienbiographischen Zusammenhang. Dabei begreift die Autorin die biographische Dimension als „Schnittpunkt zwischen Makro- und Mikrosoziologie, d. h. zwischen individuellem und gesellschaftlich vermitteltem sozialen Handeln und seinen Konstitutionsbedingungen“ (S.45).

Nach einer umfangreichen Diskussion der bisherigen Forschungslage zum Thema „Kinobesuch und Mediennutzungstheorien“ begründet Prommer ihre Entscheidung für den medienbiographischen Ansatz als theoretische und methodische Perspektive mit der oben bereits genannten Anschlußfähigkeit an Fragen der rezipientenbezogenen Mediennutzung einerseits sowie der Mediengeschichte und der Mediensoziologie andererseits.

Zunächst wird der Forschungsstand zum Thema „Kinopublikum“ ausführlich dargestellt, wobei der Schwerpunkt auf Untersuchungen zur angewandten Publikumsforschung liegt. Nicht zuletzt die Dürftigkeit dieser Daten veranlaßt Prommer, in ihrer eigenen Untersuchung mit medienbiographischen Leitfadeninterviews zu arbeiten. 96 Personen aus Leipzig und München wurden zu ihrer Kinonutzung, insbesondere dem persönlichen Stellenwert eines Kinobesuchs, befragt. Seriöserweise betont die Autorin den Fallstudiencharakter der Personenauswahl.

Die Ergebnisse der Befragung werden mit einzelnen Fallbeispielen illustriert, die gleichzeitig gewisse Typen von Kinobesucherinnen bzw. -besuchern repräsentieren, so z. B. die „normalen Kinogänger“, die „spätberufenen Kinofans“ sowie die „Cineasten“ (S.250).

Im Ergebnis zeigt sich die bereits bekannte Tatsache, daß das Ausgehen mit anderen eine wesentliche Motivation für den Kinobesuch darstellt, lediglich für die Gruppe der Cineasten, so die ebenfalls kaum überraschende Erkenntnis, sind Inhalte, Machart und Regisseur eines Films von zentraler Bedeutung. Die Trivialität dieser Befunde weist auf grundsätzliche Mängel der Studie hin: Trotz der lobenswerten Fülle an Material (sowohl bisherige Publikationen zum Themenbereich der Studie als auch umfangreiche Interviewprotokolle), verliert die Autorin die wesentlichen eingangs genannten Fragestellungen aus dem Blick, so etwa die These, Kinofilme seien „Tagträume der Gesellschaft“ (S.12), die dazu Anlaß hätte geben können, den Stellenwert bestimmter Filminhalte für individuelle und gesell-

schaftliche Normen- und Wertvorstellungen zu untersuchen. Dazu wäre wahrscheinlich die Beschränkung auf ein Filmgenre, etwa „Neue deutsche Komödien“, deren Themenstellungen und deren Fans, vonnöten gewesen.

Ferner wird die zu Beginn der Arbeit gestellte Frage „Warum gehen Menschen in bestimmte Kinofilme und in andere nicht?“ (S.13) nicht beantwortet. Der im Anhang des Buches beigefügte Interviewleitfaden ist zwar vielfältig, erfaßt m. E. jedoch eher die äußeren Umstände von Kinobesuchen und von biographischen Stationen der Befragten, ohne diese beiden Bereiche angemessen zu verknüpfen. Vor allem sieht er für die Befragten nicht die Möglichkeit vor, über bestimmte Film-inhalte detaillierter zu reflektieren und dies zu artikulieren, um zu Aussagen zu gelangen, die sich dann in einem zweiten Schritt mit den Bedürfnissen der Probanden vermitteln ließen. Insofern läßt sich die Validität der Untersuchung, d. h. die Eignung des konkreten Leitfadens zur Erfassung der eingangs gestellten theoretischen Probleme, durchaus in Frage stellen. Dies ist angesichts der Materialfülle und der (auch historisch) interessanten einzelnen Fallbeispiele sehr bedauerlich.

Ärgerlich sind einige Schnitzer, die bei einer sorgfältigen wissenschaftlichen Betreuung und einem ebensolchen Lektorat erkannt werden sollten: Wenn der Nestor des Nutzenansatzes in Deutschland, Renckstorf, im Text fortwährend als „Rencksdorf“ (S.21,23,27...) vorkommt, ist dies für die Rezensentin ähnlich schmerzlich, als wenn Luhmann und Habermas ständig als „Lohmann“ und „Habermus“ bezeichnet würden. Ferner sollte man bei einer Dissertation voraussetzen können, daß die Schreibung des deutschen Genitivs ohne Apostroph bekannt ist (S.59ff.).

Last but not worst wird der Begriff „positivistisch“ mit „optimistisch“ verwechselt. So schreibt die Autorin zum Thema „Cultural Studies“: „Als letzte Lesart gibt es ‘the oppositional reading’: Hier wird entgegengesetzt zum dominanten Inhalt interpretiert. Dies führt zu der positivistischen Annahme hauptsächlich amerikanischer Cultural Studies-Forscher, daß Medienbotschaften völlig frei interpretiert werden können. Man müsse sich deshalb keine Sorgen über negative Medieneinflüsse machen, da der Rezipient souverän genug sei, die Medienbotschaften richtig zu interpretieren.“ (S.34) Fazit der Rezensentin: Dies hätte ein spannendes Buch werden können, but: We’re not amused!

Gudrun Schäfer (Paderborn)