

reich der Studentenvertretung nicht aufgenommen hat, wohl aber die häufig nur in wenigen Exemplaren hergestellten Mitteilungsblätter diverser Truppenteile des Bundesheeres.

Über den engen Rahmen eines Pressehandbuchs hinaus gehen die nächsten drei Abschnitte: Audio-visuelle Medien (rd. 15 Seiten), Außenwerbung (rd. 20 Seiten) und Werbung, Agenturen, Pressephotographen (etwa 120 Seiten). Den Abschluß bildet ein Verzeichnis der Verbände und Institutionen der österreichischen Medienlandschaft (15 Seiten).

Trotz mancher kleiner Defizite, die ich als Verbesserungsmöglichkeiten verstanden wissen möchte, greift man dankbar nach diesem mit erheblicher Mühe erarbeiteten, stets aktuellen Nachschlagewerk. MARTIN MOLL, Graz

Alexandra Raumer-Mandel: *Medien-Lebensläufe von Hausfrauen*. Eine biographische Befragung. – München: TR-Verlagsunion GmbH 1990 (= Film, Funk, Fernsehen – praktisch, Bd. 2), 205 Seiten.

Das vorliegende Buch ist die Magisterarbeit von Alexandra Raumer-Mandel, die am Münchner Institut für Kommunikationswissenschaft studiert hat. Karl-Friedrich Reimers, der die Arbeit betreute, hat dafür gesorgt, daß sie in der von ihm gemeinsam mit Rüdiger Steinmetz herausgegebenen Reihe als Buch erscheinen konnte. Diese Untersuchung leistet einen interessanten Beitrag für die Erforschung des weiblichen Medienverhaltens. Vorweg ist allerdings eine Einschränkung geboten: Der Titel verspricht mehr, als die Befunde bieten können. Hier wäre eine Präzisierung notwendig gewesen, um allzu großen Erwartungen vorzubeugen. Raumer-Mandel hat zehn Frauen im Alter zwischen 55 und 69 Jahren befragt, nicht alle waren immer nur Hausfrauen, mehrere zum Teil früher auch berufstätig. Es handelt sich also durchweg um Ergebnisse, die sich auf die Erfahrungen älterer Frauen beziehen. Eine solche Beschränkung ist aus methodischen Gründen und im Rahmen einer Magisterarbeit sinnvoll, sollte aber deutlich gemacht und bei der Interpretation berücksichtigt und diskutiert werden.

Raumer-Mandel nennt in der Einleitung zwei Gründe, warum sie für die Studie gerade Hausfrauen ausgesucht hat. Erstens: Diese Gruppe von Frauen hat die Kommunikationsforschung bislang wenig berücksichtigt. Zweitens: Hausfrauen haben eine spezifische Zeitstruktur, da sie keiner festen Zeiteinteilung unterliegen, sich aber ständig an von außen gesetzten Terminen – Arbeitszeit des Ehemannes oder dem Schulbesuch der Kinder – orientieren müssen.

Der besonderen Situation von Hausfrauen widmet sich dann auch der erste Teil des knappen und lapidar mit »Theoretischer Hintergrund« überschriebenen Kapitels. Im zweiten Teil geht Raumer-Mandel auf die Diskussion um qualitative und quantitative Vorgehensweisen in der Sozialforschung ein. Mich beschleicht allerdings der Verdacht, daß bei der Wahl der Forschungsmethode für diese Untersuchung nicht nur die hier hervorgehobenen Vorzüge des biographischen Vorgehens ausschlaggebend waren, wenn es da heißt, den quantitativen Erhebungen ginge es vor allem um »globale Aussagen und statistisches Zahlenmaterial« oder die quantifizierenden Methoden reduzierten sich »zumeist auf Zahlen und Statistiken«. Es wäre eher angebracht gewesen zu zeigen, wie beide Vorgehensweisen sich ergänzen können. Ein »theoretischer Hintergrund« ist damit indessen nicht gegeben, den hätte der Blick auf Ansätze und Ergebnisse der Geschlechtsrollen-Sozialisation bieten können. Daraus hätte sich sehr leicht auch eine Begründung für die biographische Befragung ableiten lassen.

Der Wert der Arbeit liegt in Raumer-Mandels eigener Untersuchung. Die Ergebnisse der Befragungen sind nach den Medien gegliedert, vom Fernsehen über u. a. Kino, Tonband, Heftchenroman bis zum Telefon. Hier werden die Stärken der biographischen Vorgehensweise deutlich, wenn die Einbettung des Umgangs mit den Medien in den Tagesablauf der Hausfrauen, in das familiäre Umfeld wie auch in die verschiedenen Lebensphasen der Frauen beschrieben wird. Diese Befunde können nun herangezogen werden bei der Interpretation von Ergebnissen nachfolgender standardisierter Untersuchungen auf breiterer Basis und auch zur Erklärung des Medienverhaltens von Frauen insgesamt.

Leider unternimmt Raumer-Mandel im ab-

schließenden Teil wenig, um die von ihr vorgelegten Befunde mit den Ergebnissen anderer Untersuchungen in Beziehung zu setzen und so vielleicht zu Aussagen über das weibliche Medienverhalten zu kommen, die über die kleine Gruppe der zehn befragten Hausfrauen hinausweisen. Ohnehin hat sie in der Arbeit nur drei

andere Untersuchungen und nur dem Titel nach angesprochen, aber nicht ausgewertet. Daß die klassische Studie von Herta Herzog über die Nutzung von Seifenopern angeblich »im Original in München nicht erhältlich war«, hätten die Gutachter besser aus dem Text streichen sollen.

CHRISTINA HOLTZ-BACHA, Bochum

Korrektur

In unserem Beitrag »Negativität als Nachrichtenideologie«, erschienen im 36. Jg. 1991/Heft 3, S. 330, 15. Zeile von unten muß es statt »Sie bezeichnen als intrinsisch »sachfremde« Störfaktoren wie persönliche Meinungen und Vermutungen der Journalisten...« richtig heißen: »Sie bezeichnen als extrinsisch »sachfremde« Störfaktoren wie persönliche Meinungen und Vermutungen der Journalisten, als intrinsisch dagegen professionelle Kriterien der Nachrichtenauswahl.«

Kepplinger / Weißbecker