

heitsgeschichte eine bedeutende Rolle gespielt haben und die auf spezifische Formen der ‚Übermittlung‘ oder *Mediation*, wie er es nennt, zurückzuführen sind. Um das, was zwischen den Menschen und ihrer (Um-)Welt vermittelt, geht es, und das ist mehr, als mit dem soziologischen Kommunikationsbegriff beschrieben werden kann. Das sind Techniken, die auch unsere symbolische Welt geformt haben, als Medien jedoch hinter ihrem Effekt verborgen geblieben sind, um nur bei Störungen in Erscheinung zu treten. Die Kunst ist ein Bereich, in dem diese Vermittlung selbst am ehesten Thema wird, weil hier die Technik in der Kultur auf eine Weise aufgehoben ist, dass ihr Verschwinden (zum Beispiel der Kinematographie im Realitätseffekt des Films) wiederum reflexiv sichtbar werden kann; in diesem Sinne, könnte man sagen, kann die Kunst ihrerseits als Störung in einer medienvergessenen Kultur funktionieren.

Mediologie wird als eine Methode verstanden, Kultur als ein Prozess vielfältiger Vermittlungen zu analysieren und Medien an ihrem ‚Platz‘, den sie in den dispositiven Strukturen kultureller Vermittlungen einnehmen, zu beschreiben. Es ist unmöglich, bestimmte Erscheinungen vergangener oder gegenwärtiger kultureller Formen aus nur einer einzigen Perspektive zu sehen, immer handelt es sich um Wechselwirkungen (ein Begriff, der prominent bei Georg Simmel vorkommt), die eher im Rückblick auf ihre Ursachen verständlich werden (wenn zum Beispiel nicht Christus das Christentum, sondern das Christentum erst Christus ‚gemacht‘ haben). Die Zwischenräume zwischen den Menschen, den Dingen und ihre Vermittlungen ‚ereignen‘ sich in Milieus, denen die *Mediosphären* in ihren verschiedenen historisch-technischen Konstellationen zugeordnet sind: Logo-, Grafo-, Video- und Hypersphäre markieren die Abfolge mündlicher, schriftlich/bildlicher, bewegtbildlicher und elektronischer Transportmittel symbolischer Übermittlungen. Und Kultur wird durchaus ambivalent gesehen als Sphäre der Differenzierung und Divergenz gegenüber derjenigen der (Medien-)Technik, die global immer mehr zur (entropischen?) Vereinheitlichung tendiert und doch dazu dient, auch lokale kulturelle Unterschiede (negentropisch) zum Ausdruck zu bringen.

Einen erheblichen Raum in dieser ‚Einführung‘ nimmt die kritische Auseinanderset-

zung mit benachbarten Disziplinen und Autoren ein, die mehr oder weniger explizit Ideen zu diesem mediologischen Patchwork beigetragen haben oder gegen die sich die *Mediologie* profiliert. Es ist natürlich die französische Perspektive, die schon im ‚label‘ *Mediologie* Erinnerungen an die Pariser Filmologie der 1950er Jahre weckt. Der damalige Versuch einer interdisziplinären Medienwissenschaft des Films könnte sich durchaus in der *Mediologie* unter verändertem kulturellen ‚Milieu‘ mit anderen *Mediosphären* fortsetzen. Analysen kultureller Entwicklungen (das Telefon hat die Reisetätigkeit nicht vermindert, sondern die Menschen erst per Handy mobil gemacht) gemahnen mitunter an die überraschenden Paradoxien Ivan Illichs; Roland Barthes‘ Kultur-Semiologie steht ebenso (kritisch) Pate wie das ‚Archiv‘ Foucaults; Bourdieus Soziologie des ‚Habitus‘ wird ebenso diskutiert wie Debray Freude hat an den ‚Engeln‘ der Kommunikation als Figuren des Dritten bei Michel Serres, mit dem (wie mit Bruno Latour) ihn auch intellektuelle Haltung, diskursiver Stil und wissenschaftsgeschichtliches Interesse verbinden.

Schließlich, wer ist Régis Debray? In den 1960er Jahren machte er als Journalist von sich reden, als er sich gemeinsam mit Che Guevara und Fidel Castro in der südamerikanischen Guerillabewegung engagierte, was ihm drei Jahre Gefängnis in Bolivien einbrachte. Als Schriftsteller hat er in Europa wieder Fuß gefasst, um nun mit der von ihm begründeten *Mediologie* unsere Wirklichkeit als Prozess wechselseitiger Einflüsse kultureller Milieus und ihrer Mediosphären zu beschreiben. Die Frage könnte lauten, nicht, was unsere akademische Medienwissenschaft von der *Mediologie* unterscheidet, sondern was sie zur viel komplexer angelegten *Mediologie* künftig beitragen kann.

Joachim Paech

Jeannine Simon

Wirkungen von Daily Soaps auf Jugendliche

München: Fischer, 2004. – 283 S.

(Reihe: Angewandte Medienforschung; 30)

ISBN 3-88927-352-1

Zugl.: Berlin, Univ., Diss., 2004

Medien unterschiedlicher Couleur können zur Entwicklung junger Menschen beitragen; sie dienen, wie zahlreiche Studien zeigen, Heran-

wachsenden als Symbolmaterial zur Selbstaueinandersetzung, zur Reflexion des eigenen Standorts sowie zur Partizipation an der (Um-)Welt. Jugendliche sind im Prozess der Identitätskonstruktion mit einer Vielzahl von unterschiedlichen situativen Gegebenheiten konfrontiert, in denen sie ihre Handlungskompetenz immer wieder neu unter Beweis stellen müssen. Das Konzept der Entwicklungsaufgaben umreißt für bestimmte Abschnitte des Lebens zentrale Aufgaben, die zur Bewältigung anstehen, wie etwa die Errichtung der Geschlechtsidentität. Sie gilt insbesondere in der Pubertät als die zentrale Entwicklungsaufgabe.

Fernsehangebote wie Daily Talks, Daily Soaps und die neuen Real Life Soaps sind gekennzeichnet von der Möglichkeit für das Publikum, emotional Anteil zu nehmen, mitzuerleben, mitzufiebern, sich selbst zu dem Gesagten bzw. Gezeigten in Beziehung zu setzen, entweder durch Zustimmung oder Abgrenzung. Sie dienen jungen Menschen damit als unmittelbare Vergleichsfolie: ‚So bin ich, so bin ich nicht‘; damit ermöglichen sie eine lustorientierte, unangeleitete Bspiegelung des Selbst. Sie bieten – quasi als ein ‚Expertensystem‘ in Bezug auf Zusammenleben, Liebe und Freundschaftsbeziehungen sowie für das Spannungsfeld Freizeit und Beruf – Figuren, Foren und Modellvorstellungen zur Aneignung, aber auch zur Ablehnung unterschiedlicher Lebensweisen und -stile an.

Insbesondere Soaps bilden in ihren Themen ein Netz von verschiedenen, sich überschaubar formierenden Handlungs- und Figurenkonstellationen, die durch eine partielle Identität von Personen, Orten und Inhalten gekennzeichnet werden; diese können für junge Menschen vor dem Hintergrund von Individualisierung, Pluralisierung und Entstrukturierung eine stützende Funktion gewinnen. Sie bringen als überschaubares, den Alltag strukturierendes Serienangebot, zu dessen Figuren junge Menschen mit der Zeit eine parasoziale Beziehung eingehen können, subjektiv Ordnung und Übersichtlichkeit in das ständig Verwirrung stiftende Chaos moderner Lebens- und Erlebnisweisen. Soap-Welten, in denen sich – wie bei den jugendlichen Rezipienten selbst – ‚Identitätsfindung‘ der Protagonisten in der Ausprägung eines ‚gemeinsamen Lebensstiles‘ vollzieht, können zur Orientierungshilfe in der Reduzierung von ‚Unübersichtlichkeit‘ avancieren. Sie sind darüber hinaus – wie

Heranwachsende in der Statuspassage Jugend selbst – in ihren Themen sowie Handlungs- und Ausdrucksweisen der Expressivität, Intimität und vor allem Intensität, die sich auch stark in körperbezogenen Ausdrucksweisen äußert, verschrieben.

Im Bewusstsein um die Eigenheiten des Genres Daily Soaps bietet dieses Angebot Jugendlichen also Erzählungen, die im weiteren Sinne etwas mit dem Leben zu tun haben und damit über einen tieferen Realitätsgehalt verfügen. Daily Soaps sind aber auch Produkte, die unter Marktbedingungen produziert werden mit dem Blick auf und für ein Publikum oder mehrere Publika mit bestimmten sozialen Eigenschaften. Sie sind deutlich kommerziell geprägt und werden mittlerweile crossmedial vermarktet.

Geht es nun um Angebote, die Jugendliche favorisieren, dann stellen sich zumeist auch Fragen nach ihren Wirkungen, oft geprägt von der Sorge um eine Form der Beeinflussung, die andere Sozialisationsagenten wie Eltern und Lehrer in Frage stellen könnten oder diese gar überflüssig zu machen drohen. Das Genre Daily Soap jedoch wurde, obwohl es seit Jahren zu den beliebtesten Genres bei jungen Menschen zählt, erstaunlich selten beforscht – eine Tatsache, die die Autorin Jeannine Simon herausgefordert hat, dazu eine Dissertation zu verfassen: Ihr Ziel war, es „die Wirkungen von Daily Soaps auf Jugendliche grundlegend zu erforschen“ (S. 1). Dem Uses-and Gratifications-Approach folgend stehen in ihrer Arbeit die bedürfnisbefriedigenden Wirkungen von Daily Soaps im Zentrum. Dazu wählt die Autorin zwei Wege: Zum einen geht es ihr um das Erfassen des Zusammenhangs von sozio-demographischen Variablen im Kontext der Einflüsse von Daily Soaps, zum anderen darum, ein Kausalmodell zu entwickeln, das in der Lage ist, den Ursache-Wirkungs-Zusammenhang im komplexen System abzubilden und zentrale Wirkungsphänomene wie Involvement, Bedürfnisweckung und Konsum quantitativ zu messen. Diese bisher in der Forschung zu Daily Soaps nicht berücksichtigten Wirkungsmomente seien sowohl aus medienpädagogischer Sicht als auch aus der Perspektive der werbetreibenden Wirtschaft und der Anbieter von Daily Soaps von hohem Interesse – ein Dreiklang, dies ließe sich kritisch anmerken, sehr unterschiedlicher Töne.

In ihrer Arbeit nun erweist sich Jeannine Si-

mon ganz bei der Sache: Ihre Publikation ist im Wesentlichen eine Dissertation, die vor allem formal-wissenschaftlichen Ansprüchen Genüge tun will, der es jedoch zuweilen am Mut einer klaren und zudem noch lesefreundlichen Aussage fehlt. So bietet die Autorin zunächst – wie es sich gehört – einen (kurzen) Überblick über den Stand der Forschung, beginnt mit der allenthalben bekannten Studie von Hertha Herzog zu Radio Soaps (weniger bekannt ist, dass sich im selben Jahr auch Rudolf Arnheim des Themas angenommen hat) und skizziert andere Untersuchungen zum Genre, die, so das Fazit der Autorin, den Fokus insbesondere auf die Rezeption dieser Serienangebote gelegt haben, nicht jedoch auf ihre Wirkungen. Sie hätten vor allem eine qualitative, inhaltsorientierte Ausrichtung, seien entweder nur auf bestimmte Jugendliche, etwa die Soaps-Fans, ausgerichtet oder nicht „umfassend und nicht quantitativ“ (S. 6).

Diesem letzten Anspruch, das lässt sich gleich vorweg sagen, wird Jeannine Simon in ihrer Arbeit gerecht, sie ist durchgängig quantitativ und ihr gelingt es auch, zahlreiche für bedürfnisbefriedigende Wirkungen relevante Faktoren zu benennen und mit Hilfe einer Kausalanalyse zueinander in Beziehung zu setzen – dies alles sorgfältig und den „Regeln der Kunst“ entsprechend. Für denjenigen Leser jedoch, der zum Schluss der Lektüre wirklich wissen möchte, wie unterschiedliche Jugendliche bzw. Jugendgruppen mit diesem Angebot umgehen, welche Relevanz ihm im Alltag zukommt, und dies im gesamten Medienmenü, das junge Menschen nutzen – denn der Blick allein auf ein Genre bleibt wirklichkeitsfremd, denn kein Rezipient, auch ein jugendlicher nicht, nutzt ausschließlich ein Medium, ein Genre – der bleibt in vielerlei Hinsicht unbefriedigt. Doch: Eine Dissertation kann und muss nicht alles leisten.

Interessant erscheinen dennoch einige Ergebnisse – vorausgesetzt man vertraut der Methode (Wirkungsfragen lassen sich, dies die Überzeugung der Rezensentin, nur in unzureichendem Maße mittels einer ausschließlich quantitativen Fragebogenerhebung erfassen, trotz elaborierter kausalanalytischer Auswertungs- und Interpretationstechniken!); zwei sollen kurz vorgestellt werden. Sie stützen die bisherige Forschung zu Daily Soaps deutlich: „Durch Langjährigkeit und Regelmäßigkeit der Rezeption sammelt der Zuschauer Wissen

über die Figuren und kann den physischen Alterungsprozess der Darsteller verfolgen“ (S. 229). Auf diese Weise kann er ein Gefühl der Vertrautheit zu den Figuren aufbauen; dass dies jedoch vor allem dann mit hoher Intensität geschieht, wenn er sich von diesen Figuren vertreten fühlt, lässt sich nachvollziehen. Von höherer Relevanz, auch im Hinblick auf eine medienpädagogische Verantwortung der Produzenten ihrer jungen Zuschauerklintel gegenüber, kann folgendes Ergebnis eingeschätzt werden: Die Konstruktion der Soap-Figuren beeinflusst das Selbstwertgefühl der jungen Rezipienten. „Die oftmals idealisierten Merkmale der Figuren können ein negatives Selbstwertgefühl forcieren. Einerseits erkennen die Jugendlichen die Charaktere aufgrund des emotionalen Realismus als ähnlich zu sich selbst, andererseits begegnen sie aber auch dem Anspruch der Macher, nach dem die Figuren immer etwas besseres sein müssen als der durchschnittliche Normalbürger“. Allein die Soap „Marienhof“ biete hier, so die Ergebnisse der Untersuchung, eine Annäherung an Charaktere, die nicht allesamt einem idealisierten Menschenbild entsprechen. Eine landläufig häufig angenommene Vermutung, dass der Peer-Group-Einbindung eine wichtige Funktion bei der Wirkung von Daily Soaps zukomme, ließ sich nicht bestätigen – möglicherweise, wie die Autorin selbstkritisch bemerkt, ein Mangel der eigenen Konstruktivbildung.

Jeannine Simons Arbeit bietet, dies lässt sich zusammenfassen feststellen, für alle diejenigen, die sich mit dem Genre Daily Soap und seiner Relevanz für Jugendliche noch einmal im Kontext zahlreicher mitspielender Faktoren beschäftigen wollen, einen breiten Überblick über die Forschungsliteratur und damit eine Fülle auch an (wertvollem) Stoff, etwa was die Definitionen des Begriffs Daily Soap, die Geschichte der Soaps, ihre US-amerikanische und deutsche Ausprägung, ihre Bauprinzipien und auch ihre Relevanz aus der ökonomischen Perspektive (bis hin zum Product Placement und dem Eventmarketing) anbelangt oder die (eher kurzen und nicht immer den aktuellen Forschungsstand repräsentierenden) Ausführungen zur Entwicklung der Jugendforschung sowie zum Umgang von Jugendlichen mit Medien (denn auch hier folgt die Autorin dem vermeintlich festgelegten Pfad einer allzu oft falsch bzw. zu eng verstandenen Gründlichkeit in einer Dissertation, möglichst alles noch einmal

selbst zusammenzutragen, was doch schon hinreichend bekannt ist). Gut getan hätte der Arbeit dagegen, den Blick nicht allein auf das Genre Daily Soap zu fixieren; dies gilt nicht allein im Hinblick auf die Tatsache, dass Menschen Medien im Menü nutzen, sondern ebenfalls mit Blick auf die Forschungslage zu so komplexen Phänomenen wie dem Umgang Jugendlicher mit medialen Symbolangeboten, ob nun Talkshows oder Daily Soaps. Hier über den eigenen eng gesteckten Bereich hinauszublicken, hätte der Arbeit zu weiterer – verdienter – Relevanz verhelfen können.

Ingrid Paus-Hasebrink

Bernward Hoffmann

Medienpädagogik

Eine Einführung in Theorie und Praxis

Paderborn: Ferdinand Schönigh, 2003. – 470 S.
ISBN 3-8252-2421-X

Das Buch entstand aus einer medienpädagogischen Einführungsveranstaltung an der Fachhochschule im Fachbereich Sozialwesen. Aus diesem Hintergrund erklären sich einige Besonderheiten dieser Einführung. Die Beispiele sind meist auf Sozialarbeit oder Sozialpädagogik bezogen. Die grafischen Visualisierungen im Buch sind stärker didaktisch motiviert, als dass sie wissenschaftliche Modelle repräsentieren. Theoretische Aspekte sind oft eher knapp ausgeführt, dafür sind praktische Umsetzungshinweise bis hin zu konkreten Übungen, welche mit Jugendlichen oder Studierenden gemacht werden können, anschaulich dokumentiert.

Das Buch ist in zwölf Einzelkapitel gegliedert, welche eine Systematisierung der Medienpädagogik repräsentieren, wobei immer wieder die Querbezüge zwischen den Perspektiven verdeutlicht werden. Kapitel 1 zeigt das Verhältnis von Medien und Pädagogik auf und definiert einige Schlüsselbegriffe, wie die Medienkompetenz, zeigt aber auch Bezüge der Medienpädagogik zur Wahrnehmungserziehung, zur Kulturpädagogik und sozialen Kulturarbeit auf, die man in eher schulisch orientierten Einführungen in die Medienpädagogik so nicht findet. Im 2. Kapitel werden Kommunikationsmodelle diskutiert und das Verhältnis von Kommunikation und Medien. Dabei wird ein weiter Medienbegriff verwendet, der in spätere

Beispielen bis zum Modellierten reicht, mit welchem man mit den Händen Botschaften formen kann (S. 370). Im 3. Kapitel werden sozialgeschichtliche Aspekte der Medienkommunikation behandelt. Dabei werden auch Fotografie und Film in ihren historischen Bezügen kenntnisreich dargestellt und die Entwicklung der Leitmedien von einer schriftlosen oralen Kultur bis zur Multimedia-Umwelt analysiert. Man spürt heraus, in welchen Bereichen der Autor selbst leidenschaftlich Projekte durchgeführt hat und eine besondere Expertise mitbringt. Das Fernsehen wird in seiner Rolle als aktuelles Leitmedium vorgestellt, allerdings wird es dennoch nicht ausführlicher besprochen als andere Medien. Kapitel 4 widmet sich den Mediensystemen und -strukturen. Hier wird besonders deutlich, was für das ganze Buch gilt: Es ist fast ausschließlich auf Deutschland ausgerichtet. Es schildert die Entwicklung der Medienregulierung und -institutionalisierung, aber auch der medienpädagogischen Modelle, Institutionen und Initiativen exemplarisch am Beispiel Deutschlands. In Kapitel 5 und 6 werden Methoden und Befunde der Medienforschung vorgestellt. Einige empirische Daten zur Mediennutzung in Deutschland zwischen den 1980er Jahren und 2001 werden dokumentiert, um den Wandel des Medienalltags in der Bevölkerung zu illustrieren. Für die Auswahl der Befunde war von Bedeutung, ob sie für die Medienpädagogik relevant sind. Die so vermittelte Skizzierung des Medienumgangs von Kindern und Jugendlichen ist eher etwas knapp ausgefallen. Durch die eingebauten Kästchen mit Hinweisen auf Literatur, Online-Quellen und andere Datengrundlagen wird es einem aber erleichtert, selbst aktualisierte und weiterführende Befunde auffinden zu können.

Die folgenden Kapitel 6 bis 12 legen den Schwerpunkt auf die medienpädagogische und -didaktische Praxis. Zentrale Ansätze der Medienpädagogik werden historisch verortet und charakterisiert und mit praktischen Ansätzen verdeutlicht. Exemplarisch werden Filmanalysen oder Analysen von Video-Clips sehr ausführlich vorgestellt, bis hin zu Detaillierungen, welche für den Erwachsenenbildner oder die Jugendarbeiterin in der konkreten Kursarbeit verwendet werden können. Die praktische Medienarbeit wird als „Königsweg“ einer emanzipatorischen Medienpädagogik charakterisiert.

Die in der Medienpädagogik immer wieder fokussierten Problembereiche wie Medienge-