

Gudrun Schäfer

Gunnar Roters, Walter Kllingler, Maria Gerhards (Hg.): Mediensozialisation und Medienverantwortung

2001

<https://doi.org/10.17192/ep2001.2.2533>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Schäfer, Gudrun: Gunnar Roters, Walter Kllingler, Maria Gerhards (Hg.): Mediensozialisation und Medienverantwortung. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 18 (2001), Nr. 2, S. 163–165. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep2001.2.2533>.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

**Gunnar Roters, Walter Klingler, Maria Gerhards (Hg.):
Mediensozialisation und Medienverantwortung**

Nomos Verlag: Baden-Baden 1999 (Bd. 2 der Schriftenreihe Forum
Medienrezeption), 223 S., ISBN 3-7890-5987-0, DM 48,-

Der vorliegende Band dokumentiert eine Tagung, die 1998 unter dem Titel „Forum Medienrezeption“ von zahlreichen Veranstaltern aus den Bereichen Medienforschung, Medienpraxis, Medienpolitik und Medienwissenschaft angeboten wurde. Die Vielzahl und Vielfalt der Trägerorganisationen spiegelt sich in anregender Weise in den nun vorliegenden Beiträgen wider: Nahezu jede denkbare Facette des Themas wird angesprochen und wissenschaftlich seriös aufbereitet.

Unter der Rubrik „Grundlagen und Voraussetzungen der Medienrezeption und Mediensozialisation“ referiert zunächst der Hirnforscher Ernst Pöppel über „Neuronale Aspekte des Sprechens und Lesens“. Der naturwissenschaftliche Ansatz, bezogen auf Probleme der menschlichen Wahrnehmungs- und Denkprozesse beim Lesen bzw. bei der Informationsverarbeitung im Allgemeinen, erschloss sich der Rezensentin nur partiell, könnte aber für entsprechend orientierte und ggf. auch vorgebildete Leserinnen und Leser sicherlich von Interesse sein. Der folgende Aufsatz von Peter Vorderer „Psychologie der Medienrezeption“ führt uns in vertrautere „Wissenschafts-Gewässer“. Nach einer kurzen Einführung in die Möglichkeiten und Grenzen verschiedener Wissenschaftsbereiche bei der Analyse

von Mediennutzungsgewohnheiten erläutert der Autor den Nutzen medienpsychologischer Konzepte für eine angemessene theoretische und empirische Bearbeitung des Themas. Ausgehend von Zillmanns Konzept des „Mood Management“ (= Stimmungssteuerung) als zentralem Nutzungsmotiv plädiert Vorderer für eine umfassendere und genauere Sicht auf Funktionen der Mediennutzung für die einzelnen Rezipienten. Auch die folgenden beiden Aufsätze von Bettina Hurrelmann und Horst Lukesch präsentieren den State of Art der empirisch orientierten Mediennutzungsforschung anhand des Themas „Familienmitglied Fernsehen“ (Hurrelmann) bzw. mittels eines Forschungsüberblicks (Lukesch) auf ambitionierte Art und Weise. Mag man auch Lukeschs theoretischen Ansatz nicht teilen, so ist dennoch seine umfassende Behandlung möglicher methodischer und theoretischer Einwände gegen sein medienpädagogisches Konzept vorbildlich.

Im mittleren Teil des Sammelbandes werden ebenfalls größtenteils empirisch angelegte Studien zur Medienrezeption, zur Mediennutzung und auch über Medienprodukte für Kinder und Jugendliche vorgestellt. Dabei findet man sowohl grundlegende mediensoziologische Ausführungen zur Rolle der Medien zwischen Autonomie und Vereinnahmung (Jäckel) als auch sehr anregende Beispiele für Medienproduktionen, so Wortspiel-Gedichte von Oskar Pastior oder ein Radio-Fernseh-Multimedia Projekt des SWR, in dem Jugendliche mit großer Selbstverständlichkeit zu den Produzenten ihrer eigenen multimedialen Beiträge werden (Helge Haas). Die Beiträge von Friedrich Krotz und Klingler/Feierabend/Franzmann liefern (fast möchte ich sagen: in der gewohnten Qualität) wertvolle theoretische Überlegungen und aktuelle Basisdaten zur Mediennutzung von Kindern und Jugendlichen, wobei das Medium Computer eine zunehmend zentrale Rolle spielt.

Der letzte Teil des Buches versammelt schließlich äußerst anregende Diskussionbeiträge und Statements von Autorinnen und Autoren, die überwiegend im Bereich der Medienpraxis und der Medienpolitik arbeiten: kritische, zuweilen auch polemische Einwürfe zur Infantilisierung der Mediengesellschaft (Hermann), Beobachtungen zur Medienwelt von Kindern im ost-westdeutschen Vergleich (Richter) und Hilferufe nach einer thematisch weitgefächerten und – bitte! – für die gesellschaftliche Praxis relevanten universitären Forschung. Diese Hilferufe kommen von Autoren aus den Landesmedienanstalten, die auf teils amüsante, teils nachdenklich stimmende Art und Weise die Dilemmata ihres beruflichen Alltags zwischen Ozeanen von Einschaltquoten-Daten und rabiaten Forderungen der politischen Verantwortlichen nach ‚handlichen‘ medienpolitischen Empfehlungen schildern.

Ich möchte diese Rezension mit einem Zitat des Publizisten Ingo Hermann beenden, das mir in diesem insgesamt sehr anregenden und empfehlenswerten Buch besonders gut gefallen hat: „[...]die Medienwissenschaften können manche

Erkenntnis und manches Argument bereitstellen, wenn sie aufhören, nur selbst-referentiell um die eigene Fußnotenwirtschaft zu rotieren.“ (S.205)

Gudrun Schäfer (Paderborn)