

auch in Japan) wird Schulfernsehen (und zwar in den Schulen!) noch weitaus intensiver genutzt als in Deutschland. Im Auftrag des Bundesministeriums für Bildung und Wissenschaft haben Mitarbeiter des Hans-Bredow-Instituts Fakten zum Bildungsfernsehen in den europäischen Ländern (nicht nur der EU-Mitgliedsstaaten) zusammengetragen. Wie in einem ordentlichen Handbuch kann sich der Leser hier nicht nur über die Bildungssendungen der nationalen Fernsehanstalten informieren, sondern auch über das dahinterstehende Bildungssystem sowie z.B. über die Verbreitung von Sprachkenntnissen in der Bevölkerung. So entsteht ein Bild notwendiger Differenzierung: In Portugal beispielsweise gibt es noch einen großen Bedarf an beruflicher Bildung durch Fernsehen (Hasebrink et al., S. 164). In Deutschland, mit seinem hochentwickelten System der Berufsausbildung, scheint das ganz entbehrlich zu sein (ebd., S. 220). Interesse hingegen besteht in anderen Ländern: »In Spanien wird gegenwärtig versucht, Bildungsfernsehen aufzubauen; in Bulgarien stehen einem hohen Bedarf in keiner Weise die erforderlichen finanziellen Möglichkeiten gegenüber.« (S. 242) Der Band ist bereits 1993 erschienen. Nachzutragen bleibt, daß in Frankreich im Dezember 1994 ein neuer eigenständiger Bildungskanal ins Leben gerufen wurde: »La Cinquième«, »chaîne de télévision de la connaissance«.

»Das traditionelle Schulfernsehen befindet sich trotzdem international auf dem Rückzug«, befanden die Bredow-Berichterstatter 1993 zusammenfassend, »Ausnahmen wie der französische Fall bestätigen die Regel« (S. 221). Für ein modernisiertes Bildungsfernsehen wird aber durchaus Bedarf gesehen. Als gesamteuropäisches Programm sollte es, dem Vorschlag der Hamburger Forschungsgruppe zufolge, vor allem die noch unterentwickelten Sprachkenntnisse in den Mitgliedsstaaten fördern und so zur europäischen Integration beitragen.

VOLKER LILIENTHAL, Frankfurt/Main

Susanne Hiegemann/Wolfgang H. Swoboda (Hrsg.): *Handbuch der Medienpädagogik*. Theorieansätze – Traditionen – Praxisfelder – Forschungsperspektiven. – Opladen: Leske + Budrich 1994, 471 Seiten, DM 58,-.

Eine systematische Darstellung medienpädagogischer Theorie und Praxis fehlte bislang im Fundus der Fachliteratur. Diese Lücke soll mit dem Handbuch der Medienpädagogik geschlossen werden. Der Sammelband umfaßt Beiträge von 24 Autoren und will eine Integration der verschiedenen Disziplinen des Forschungsfeldes (Pädagogik, Kommunikationswissenschaft, Psychologie, Soziologie u.a.) leisten. Bei einem ersten Blick in das Inhaltsverzeichnis eröffnet sich ein weiter thematischer Raum: Die breite Streuung der Themen läßt ihn zu einer Fundgrube werden, die dem Leser allerdings einige Orientierungsleistung abverlangt.

Im ersten von vier Hauptkapiteln, »Theorieansätze und Traditionen der Medienpädagogik«, bescheinigt der Herausgeber *Wolfgang H. Swoboda* seinem Fach einen »hochgradig mit Stereotypen« (S. 18) durchsetzten Argumentationshaushalt. In der Kritik und Bewertung der jeweils neuen Medien – seien es der Kinematograph der Jahrhundertwende, Comics oder computerunterstützte Lernprogramme – lassen sich noch immer die ewiggestrigen und altbekannten Grundmuster medienpädagogischer Argumentation erkennen: Bewahrpädagogische Modelle (mit der Intention der Medienkontrolle bzw. -abstinenz), Informationsmodelle (etwa als Medienkunde in der Schule), aktivierende, partizipatorische Modelle (z.B. Videoarbeit in der außerschulischen Bildung), alltagsorientierte, verhaltensanalytische Modelle (Problematisierung des Medienumgangs und der Nutzungsgewohnheiten) und qualifikatorische Modelle (Vermittlung instrumenteller Fähigkeiten im Umgang mit Kommunikationstechnologien). Die alten Bewahr-, Aktions- und Analysemodelle werden – so *Swoboda* – immer wieder aufgegriffen und nur unwesentlich modifiziert. Medienpädagogik muß jedoch in den Blick nehmen, wie die Allgegenwart von Medien abseits der Bildungsinstitutionen unsere Kommunikationsweisen und unser alltägliches Handeln beeinflusst.

Ein Beitrag von *Dieter Baacke* behandelt zwar zahlreiche interessante Aspekte der Jugend- und Medienforschung wie quantitative Studien zum jugendlichen Medienverhalten, historische und

neue Tendenzen der Medienforschung, Entstrukturierungsprozesse der Jugendphase, den methodischen Umgang des Forschers mit seinen Daten und denjenigen der Jugendlichen mit ihren Mediengeräten bis hin zur Knowledge-Gap-These. Kurz: Man findet alles – doch leider keinen roten Faden. Fazit: Jugendliche sind »keine besondere medienpädagogische Problemgruppe« (S. 53), da für sie aufgrund ihrer sozialen Peergroup-Interessen und außerhäuslichen Aktivitäten multivariates Medienverhalten charakteristisch ist, sie also nicht auf ein bestimmtes Medium fixiert sind.

Fundiert setzt sich *Hans-Dieter Kübler* mit der Genese der Medienwissenschaft und einigen zentralen Fragen des Faches auseinander: Warum ist kommunikative Kompetenz als oberstes und allgemeinstes Lernziel der Medienpädagogik zu bezeichnen? Wie unterscheiden sich Rezeptionsweisen und soziale Situationen in Abhängigkeit vom jeweiligen Medium? Ist die Vereinzelung des Jugendlichen, der in ein Buch abtaucht, eine andere als beim Walkman-hören? Warum ermöglicht erst die Erosion eines engen, normativen Literaturbegriffs eine Analyse der Ästhetik von Massenmedien wie dem Comic oder der Soap-Opera? Kübler skizziert die veränderten Strukturprinzipien einer industrialisierten Medienproduktion im Unterschied zur traditionellen Kunstproduktion: Das künstlerische Subjekt verflüchtigt sich, aus der Singularität des traditionellen Kunstwerks wird Serialität, aus der Exklusivität des Rezipientenkreises wird Popularität.

Nach diesen für die gegenwärtige medien-theoretische Diskussion relevanten Fragen fällt es schwer, im zweiten Teil des Handbuchs wieder zu den Anfängen der Medienpädagogik und ihren historischen Entwicklungslinien zurückzu-kehren: Keilhacker und Kritische Theorie, Bewahrpädagogik und restriktiver Jugendschutz, Kontrolle der Jugend durch Kontrolle der Medien. Doch bieten die Beiträge einen summarischen Überblick über die rechtlichen, politischen und gesellschaftlichen Umbrüche seit 1900 mit ihren ideologischen Niederschlägen und Auswirkungen auf die Medienpädagogik.

Den aktuellen Themen und Praxisfeldern des Faches widmet sich der dritte Teil des Sammelbandes, darunter eine sehr interessante Analyse der Medienverbände in der kommerziellen Kinderkultur von *Heinz Hengst*. Er beschreibt den sozialen und symbolischen Gebrauchswert multimedial inszenierter »Scripts«, mit denen bereits

das Kleinkind Umgang hat, und weist auf den notwendigen Spielraum für »Scriptmanipulationen« und widerständige Aneignungsformen hin, um die »mediale Nabelschnur« zu durchtrennen und »die Medienvorgaben mit anderen Phantasien zu verbinden« (S. 249). Ebenso lesenswert sind *Ingrid Paus-Haases* Ausführungen zu Programmanalyse und -kritik sowie den Möglichkeiten einer medienpädagogischen Mitwirkung an der Programmproduktion. Die Autorin skizziert, wie qualitativ ausgerichtete Medienanalysen – wenn die Fernsehanstalten sie denn finanzieren würden – den komplexen Zusammenhang von Filminhalt, Rezeptionsprozeß und kindlichen Bedürfnissen aufzeigen könnten. Auf eine systematische Gliederung muß der Leser jedoch – spätestens in diesem Teil des Buches – endgültig verzichten. Und wenn zum x-ten Mal ein historischer Rückblick auf die Medienziehung der ersten Jahrhunderthälfte erfolgt, so wirkt das weniger erhellend als ermüdend. Statt dessen drängt sich dem Leser gegen Ende des Buches die Frage auf: Wie drücken sich nun die konstatierten Unterschiede der theoretischen Positionen in konkreten Forschungsdesigns und Methodik aus?

Dieser Frage wird endlich, wenn auch nicht erschöpfend, im vierten Teil des Buches nachgegangen: *Heinz Bonfadelli* verschafft einen guten Überblick der verschiedenen Forschungstypen und Untersuchungsanlagen. Er verweist auf die Grenzen und Defizite der quantifizierenden Rezipientenforschung: Um Medienhandeln als aktives, sinnorientiertes Handeln konzeptualisieren zu können, müssen die individuellen »medienbezogenen Absichten des Rezipienten« (S. 356) erfaßt werden. *Bonfadellis* Kritik an dem begrenzten Erkenntniswert solcher rein quantitativ angelegten Nutzungsanalysen dürfte inzwischen weithin auf Zustimmung stoßen. Doch ist es noch nicht damit getan, »medienbezogene Absichten« zu erfassen, denn damit entziehen sich dem Verständnis des Forschers noch immer all jene Bedürfnisse und handlungsleitende Themen, die dem Rezipienten (noch) gar nicht bewußt sind.

Stephan Aufenanger demonstriert in seinem Beitrag, daß genau dieser Anspruch bereits von der »strukturanalytischen Rezeptionsforschung« eingelöst wird. Das Fallbeispiel eines dreijährigen Kindes macht deutlich, daß der Forscher die Interaktion zwischen Kind, Mutter und Medium nur dann verstehen kann, wenn er das kulturelle Sinnsystem, den sozialen Kontext und

die Subjektstrukturen – und somit Subjekt und Gesellschaft gleichermaßen – in die Analyse mit-bezieht.

Die Heterogenität von Themen und Autoren dieses Handbuchs bewirkt einerseits ein reizvolles Nebeneinander: Während in einem Beitrag bestimmte Argumentationsstereotypen oder das immer noch durchscheinende kausal-nomologische Wirkungsparadigma kritisiert werden, finden sie im nächsten Beitrag wieder Anwendung. Die zahlreichen Überschneidungen und Redun-

danzen in den einzelnen Beiträgen lassen sich jedoch nicht allein mit dem fachübergreifenden Konzept des Buches erklären, sondern sind eine gliederungstechnische Schwäche. Trotz alledem ist das Buch dank einer Fülle von sehr guten Einzelbeiträgen (von denen nicht einmal alle erwähnt werden konnten) und einer umfangreichen Bibliographie eine nützliche Arbeitshilfe und ein Spiegel der aktuellen medienpädagogischen Diskussion.

JUTTA A. METZGER, Freiburg

MEDIENRECHT

Peter Schiwy/Walter J. Schütz (Hrsg.): *Medienrecht*. Lexikon für Wissenschaft und Praxis. – Neuwied, Kriftel, Berlin: Luchterhand, 3., neubearb. u. erw. Aufl. 1994, XXIV und 527 Seiten, DM 98,-.

Anzuzeigen ist eine echte Novität. Als dieses Buch 1977 in erster Auflage erschien, verkörperte es eine neue Literaturgattung. Ein Medienrechtslexikon war bis dahin von niemandem herausgebracht worden. Man war offenbar ohne ein solches Lexikon ausgekommen, und nicht nur das – auch von dessen Gegenstand, nämlich von Medienrecht als selbständigem juristischem Fach, war damals noch kaum die Rede. Seither hat sich die Fachwelt daran gewöhnt, daß es ein Medienrecht als neues, durchaus dynamisches Rechtsgebiet gibt. Es handelt sich aber immer noch um eine junge Disziplin, sie hat es mit Vor- wie auch Nachteilen des Jugendalters zu tun. Diese Materie in ein handliches Lexikon einzufangen, war also ein gewagtes Unternehmen: Ist sie schon so weit gefestigt, etabliert, ausgeformt, daß sie sozusagen lexikonfähig erscheint?

Ein Presserecht gibt es schon seit dem vorigen Jahrhundert, ein Rundfunkrecht immerhin seit der Weimarer Republik, und beide Teilgebiete des Medienrechts haben nach 1945 einen kräftigen Aufschwung genommen. Dritter im Bunde ist traditionell (eher unauffällig) das Filmrecht. Das sind drei geläufige Rechtsmaterien, wie sie auch das Bonner Grundgesetz kennt. Es zählt diese »alten Medien« in Art. 5 Abs. 1 Satz 2 auf und widmet ihnen jeweils eine besondere Freiheitsgarantie. »Medien« bzw. eine »Medien-

freiheit« als Oberbegriff kennt es aber unter diesen Namen noch nicht; solche weit ausholenden Begriffe – wie auch derjenige des Medienrechts – sind postkonstitutionell. Derartige zusammenfassende Bezeichnungen sind in Westdeutschland erst um 1980 üblich geworden. Das war die Zeit der emporkommenden »neuen Medien«. Jener technisch-kommerziell induzierte, im einzelnen vielstufige und weitläufige Entwicklungsprozeß berührte auch die älteren Massenmedien. Er war bekanntlich sehr folgenreich und konflikträchtig, und er ist das bis heute. Daraus ergab sich ein Bedürfnis nach Neuorientierung, übergreifender Betrachtungsweise, planerischer Gesamtperspektive, Prognose, Gestaltung etc., kurz: nach »Medienpolitik« als möglichst breit angelegter und rationaler, vielleicht sogar wissenschaftlich angeleiteter Reformpolitik. Gedacht wurde etwa an eine Art Schmelztiegel-effekt, an einen inneren Ausgleich und eine neue Synthese bisheriger massenmedialer Strukturprinzipien (Integration/Markt). Daraus sollte dann ein in sich schlüssiges und funktionstüchtiges, auf der Höhe der Zeit befindliches reformiertes Medienrecht hervorgehen, als qualifizierter Inbegriff von Altem und Neuem auf dem Boden der verfassungsrechtlichen Grundsätze.

Es ist dann allerdings anders gekommen, wie jeder weiß: zuerst Lagerbildung, scharfe Polarisierung, »Glaubenskrieg«, dann Erschlaffung, Prinzipienarmut, Inkrementalismus, Parteien-, Politik-, Staatsversagen etc. Wo nun die Medienpolitik ihre Steuerungsaufgaben versäumt und sich aufs Durchwursteln verlegt, wird es um das Medienrecht nicht viel besser bestellt