

Thomas Rothschild

Joachim Paschen: Informieren, unterhalten, bilden. Medien zwischen Wirkung und Nutzen

1995

<https://doi.org/10.17192/ep1995.3.4522>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Rothschild, Thomas: Joachim Paschen: Informieren, unterhalten, bilden. Medien zwischen Wirkung und Nutzen. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 12 (1995), Nr. 3, S. 292–293. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep1995.3.4522>.

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.

**Joachim Paschen: Informieren, unterhalten, bilden.
Medien zwischen Wirkung und Nutzen**

Frankfurt/M.: Moritz Diesterweg 1994, 143 S., DM 17,80,
ISBN 3-425-07506-3

Das Bändchen ist als Unterrichtshilfe für Lehrer der Geschichte oder der Politik konzipiert. Es ist eine Anthologie von Texten und Textausschnitten aus Zeitungen, aus der Fachpresse und aus der Fachliteratur, und ihr Gegenstand ist, entgegen der allgemeineren Ankündigung im Buchtitel, das Fernsehen.

Das erste Kapitel bringt Daten zur Fernsehnutzung, das zweite Ergebnisse zur Erwartung der Benutzer an das Fernsehen. Es geht hier um den empirischen Befund, nicht um wünschenswerte Optionen oder Warnungen vor wirklichen oder vermuteten Gefahren. Das dritte Kapitel bringt Antworten zur Frage, wie das Fernsehen unterhält. Hier häufen sich kritische Beiträge, vor allem zum Reality-TV (die allerdings schon zwei, drei Jahre nach ihrem ersten Erscheinen

deutlich machen, wie sehr manche Themen modisch diskutiert und bald darauf wieder fallen gelassen werden). Das vierte und, zusammen mit dem die Werbung untersuchenden sechsten, umfangreichste Kapitel, ist, etwas unproportioniert, aber wohl mit dem Zielpublikum zu erklären, der „Lust am Horror“ gewidmet. Daß dabei auch aus einer 1959 in Deutschland publizierten amerikanischen Studie von 1956 zitiert wird, ist angesichts der seither betriebenen Wirkungsforschung schwer nachzuvollziehen. Nicht grundsätzlich, sondern an eher zufälligen Beispielen illustriert das fünfte Kapitel, wie uns die Medien - hier ist tatsächlich auch mehr von der Presse die Rede - z.B. über Honecker, über Charles und Diana oder über Greenpeace informieren. Ob es eine kluge Entscheidung war, dem Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft im Kapitel über Werbung das letzte Wort zu überlassen, bleibe dahingestellt. Im abschließenden Kapitel wird, etwas halbherzig, doch noch danach gefragt, wie „wir mit den Medien umgehen“ sollen, wobei mit „wir“ in erster Linie Vor- und Grundschul Kinder gemeint sind.

Thomas Rothschild (Stuttgart)