

Wolfgang Swoboda

## **Knodt, Dorothea/von Löhneysen, Ulrich/Rogge, Jan-Uwe/Wagner, Brigitte: Petting, Pop und Pickelcreme 1984**

<https://doi.org/10.17192/ep1984.1.7419>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

### **Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:**

Swoboda, Wolfgang: Knodt, Dorothea/von Löhneysen, Ulrich/Rogge, Jan-Uwe/Wagner, Brigitte: Petting, Pop und Pickelcreme. In: *medienwissenschaft: rezensionen*, Jg. 1 (1984), Nr. 1. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep1984.1.7419>.

### **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.

Dorothea Knodt, Ulrich von Löhneysen, Jan-Uwe Rogge, Brigitte Wagner: *Petting, Pop und Pickelcreme. Zum Umgang mit kommerziellen Jugendzeitschriften.* - Stuttgart: Aktion Jugendschutz (ajs) Landesarbeitsstelle Baden-Württemberg 1983 (ajs arbeitshilfen), 72 S., DM 5,-

Ästhetisierende und moralisierende Schriften über die kommerzielle Jugendpresse gehören zum traditionellen Repertoire der praktischen Pädagogik. Wackere Schulmänner und Jugendschützer geißeln schon lange den 'gewissenlosen Geschäftsgeist', mit dem 'Schmutz und Schund' gezielt für Heranwachsende produziert und verbreitet wird. Sie empfehlen Maßnahmen des präventiven, pädagogischen Jugendschutzes, zur "angemessenen Befriedigung, Läuterung und Veredlung" der "mißbrauchten und irregeleiteten Instinkte der Jugend" und zur "Herausbildung derjenigen seelischen Kräfte, die eine Ausgleichung und ein Gegengewicht wider die einseitigen und verbildenden Einflüsse der Schundliteratur erwarten lassen" - so beispielsweise das Herder-Lexikon der Pädagogik von 1915.

Die Stelle des Ritterromans und des 'Hintertreppenromans' haben inzwischen Unterhaltungszeitschriften vom Typ 'Bravo' eingenommen; unter allen denkbaren Gegenständen und Ansatzpunkten der Medienpädagogik ist es gerade die kommerzielle Jugendzeitschrift, die immer wieder ins Visier genommen wird. Spätestens seit den frühen siebziger Jahren gibt es einschlägige Handreichungen für die pädagogische Praxis in größerer Zahl. Ganze Serien von Arbeitseinheiten und Unterrichtsmodellen bieten Anregungen und Illustrationen für die Medienerziehung. Sie sind nun zwar nicht mehr ausschließlich von traditionellen, konservativ-kulturpessimistischen Positionen her entworfen, sondern jetzt häufiger in jener ideologiekritischen Absicht der moderneren, politisch statt moralisch ambitionierten Medienkritik. Wird man sich aber heute nicht zumindest den aktuelleren Entwicklungen im Video-Bereich zuwenden müssen, wenn man nicht Eulen nach Athen tragen will?

Die bescheiden aufgemachte und nur im Direktvertrieb erhältliche Broschüre (ajs, Stafflenbergstr. 44, 7000 Stuttgart 1) eines Teams von Pädagogen, Jugendredakteuren und Medienforschern entgeht diesem Vorwurf, indem sie das exemplarische Objekt der Medienerziehung aus einer neuen Perspektive betrachtet, die über den Horizont altbackener Bewahrpädagogik weit hinausweist und gleichzeitig Konsequenzen daraus zieht, daß sich die Ansätze emanzipativer Pädagogik in diesem Praxisfeld weithin als wirkungslos erwiesen haben. Die Jugendlektüre, so die These der Autoren, und die daran anknüpfenden pädagogischen Probleme und Bemühungen wurden im Kulturbewußten wie im ideologiekritischen Zugang gleichermaßen verkürzt, nämlich einseitig produktorientiert angegangen. Weder der Verweis auf die soviel bessere, moralische und gehaltvolle Jugendlektüre und die Polemik gegen das kommerzielle Produkt noch der Versuch einer Immunisierung durch Entlarvung seiner affirmativen Funktionen, konsumorientierten Leitbilder, vordergründigen Werte, fragwürdigen Angebote zur Lebenshilfe usw. eröffnete überzeugende didaktische Perspektiven. Von den gegenwärtig gängigen, wenn auch nicht mehr neuesten Theoremen der medien- und erziehungswissenschaftlichen Forschung her betrachtet, bietet sich eine schlüssige Alternative an: Dem bereits

länger gehandelten 'uses and gratifications approach' der Rezipientenforschung entspricht das sozialpädagogische Denkmuster der Alltags- und Lebensweltorientierung. Fragt man nicht mehr ausschließlich danach, was kommerzielle Jugendzeitschriften mit dem Jugendlichen machen, wie sie beschaffen sind und wie sie wirken, sondern nach dem "spezifisch-biographisch bedingte(n) Wie, Wann, Warum und Wozu... des Umgangs mit Jugendzeitschriften" (S. 11), so ergeben sich mit den Erklärungen für die große Attraktivität der illustrierten Zielgruppenzeitschriften gleichzeitig auch neue, aussichtsreichere Handlungsanleitungen für die Medienerziehung:

"Es geht primär... darum, sich im Umgang mit diesen Produkten seiner eigenen Bedürfnisse, Interessen und Wünsche bewußt zu werden, die vielleicht dazu führen können, daß die vorhandenen Kommunikationsbedürfnisse auf andere, genauso unterhaltende, spannende und humorvolle Art befriedigt werden können, daß Zeitschriften eingesetzt werden können, eigene Interessen zu artikulieren, mit anderen Jugendlichen in Kontakt zu treten" (S. 12). Das vorgestellte, bis in alle Einzelheiten ausgearbeitete Seminarmodell ist zunächst für Multiplikatoren in der Jugendarbeit konzipiert. Sie selbst wollen angeleitet werden, ihre eigenen Lesebedürfnisse und -gewohnheiten zu überprüfen und daraus Beurteilungskriterien für Jugendzeitschriften zu entwickeln. Die zusammengestellten Seminarmaterialien, ein Programmuster, Leitfragen zu einzelnen Veranstaltungsabschnitten, eine anregende, ausführliche Auffächerung potentieller Beurteilungsaspekte und Bewertungskriterien unter funktionalen und lebensweltorientierten Aspekten, nützliche Hinweise auf ein Theaterstück, Filme und weiterführende Literatur zum Thema Jugendpresse etc. bieten aber auch geeignete Anknüpfungspunkte und Strukturierungsvorschläge für die sensibilisierende Arbeit in der Elternbildung, in der Schule und der außerschulischen Jugendbildung.

Wolfgang Swoboda