

Claudia Bulut

Friedrich Hagedorn, Heinz H. Meyer, Peter Stawowy (Hg.): Zwischen Quote und Kröte. Jugend, Medien und Umwelt-Kommunikation

2001

<https://doi.org/10.17192/ep2001.3.2453>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Bulut, Claudia: Friedrich Hagedorn, Heinz H. Meyer, Peter Stawowy (Hg.): Zwischen Quote und Kröte. Jugend, Medien und Umwelt-Kommunikation. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 18 (2001), Nr. 3, S. 383–384. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep2001.3.2453>.

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.

Medienpädagogik

Friedrich Hagedorn, Heinz H. Meyer, Peter Stawowy (Hg.):

Zwischen Quote und Kröte.

Jugend, Medien und Umwelt-Kommunikation

Verlag Reinhard Fischer 2000, 202 S. inkl. CD mit Hörbeispielen,

ISBN 3-88927-272-X, DM 39,-

„Er ist leer, und so fühlt er sich auch. Nutzlos dreckig und tot. Seine letzte Hoffnung: Die Wiedergeburt!“ (S.15) Die Rede ist von einem Erdbeer-Rhabarbar-Vollkorn-Joghurtbecher, der geduldig auf sein Recycling wartet. *fritz*, der Jugendumweltsender von ORB und SFB, versucht, jungen Menschen Umweltthemen nahe zubringen, indem er mit originellen, witzigen Reportagen aus ungewöhnlicher Perspektive arbeitet.

Basierend auf den Ergebnissen mehrerer Studien, gehen die Herausgeber des vom Adolf Grimme Instituts erstellten Bandes davon aus, dass Umweltthemen für Jugendliche gänzlich uninteressant geworden sind. Doch die Umweltproblematik ist ein Thema, dem in der Gegenwart und auch in Zukunft ein hoher gesellschaftspolitischer Stellenwert zugemessen wird. Vom Radio und Fernsehen wird deshalb, im Sinne des öffentlich-rechtlichen Bildungsauftrages, gefordert, auch Umweltthemen für Jugendliche zu bearbeiten. Denn Medien, so die Herausgeber, „stehen in der Verantwortung ein adäquates Bild von Umwelt in der Gesellschaft“ (S.154) zu schaffen.

Das Projekt *Juhu!* (Jugenddialog Hörfunk und Umwelt) beschäftigte sich mit den Fragen, wie und ob es Möglichkeiten einer attraktiven Darstellung von Umweltinhalten in den Medien gibt. Die Aufsätze im Buch spiegeln diese kurzen Medienanalysen wider. Das Radio wird wegen seines Service-Charakters als ideales Medium der Umweltkommunikation angesehen. Im ersten Teil des Buches werden deshalb Radiomodelle vorgestellt, die sich speziell an Jugendliche wenden. Die Autoren heben den Sender *fritz* besonders hervor, weil er eine eindeutige und positive Affinität zu Umweltthemen aufweist. Auch *EinsLive* gestaltet zwar ein innovatives an den Bedürfnissen der Jugendlichen orientiertes Radioformat, aber zum Thema Umwelt bietet es nur ereignisbezogene Features an.

Das Ding, der Jugendradiosender des SWR, ist ein interessantes und engagiertes medienpädagogisches Projekt. Es führt Jugendliche an die Arbeit mit Medien heran, lässt sie ihr eigenes Programm gestalten und vermittelt über das Radio hinaus im Internet und im Fernsehen Informationen zu der jeweiligen Sendung. Jedoch gilt auch hier wie bei *EinsLive*: Umweltthemen haben in dem Programm nur dann Platz, wenn besonders sensationelle Aktionen stattfinden.

Der Grundtenor der einzelnen Aufsätze ist, dass für Jugendliche adäquate Formate existieren, die auch von ihnen angenommen werden. Außerdem gibt es Umweltthemen, die die Bedürfnisse jedes Einzelnen betreffen und daher relevant sein können. Doch die Angst der Medienmacher, dass Umweltinhalte eher Wegschalt- statt Einschaltquoten bringen, besteht noch immer. Überdies fehlt in vielen Redaktionen die Kompetenz, Themen fachgerecht aufzubereiten.

Einige Aufsätze im dritten Teil des Buches zeigen jedoch auch kleine, erfolgreiche Umsetzungsmöglichkeiten, um Jugendliche für Umweltthemen zu begeistern. Das Fazit lautet: Ereignisse schaffen mit erlebnisbetonter Information; Jugendliche müssen emotional angesprochen werden z. B. auch mit Hilfe von Leitbildern der Jugendlichen. Die Medien sollen in diesem Kontext nicht nur als Kommunikations- und Verbreitungsmedium auftreten, sondern ihre vielfältigen Ressourcen nutzen. Dabei wird die „Cross-Media-Kommunikation“ zu wenig ausgeschöpft, wie die Herausgeber bemängeln. Das bedeutet, dass Medien – ähnlich wie es die Jugendwelle *Das Ding* vollzieht – eine Form von Trimedialität zur Darstellung und Präsentation von Inhalten und weiterführenden Hintergrundinformationen finden sollten.

Das Buch ist ein ‚Potpourri‘ von verschiedenen Vorstellungen, Vorhaben und Projekten zum Thema. Dabei stehen die unterschiedlich wichtigen Bereiche: Medien für Jugendliche, Umweltthemen-Bearbeitung durch Medien, Medienrezeption von Jugendlichen und die Aktionen von Umweltorganisationen in Zusammenhang mit Medien, etwas ungeordnet nebeneinander. Trotz allem werden die vielfältigen und innovativen Bemühungen deutlich, Jugendliche medial an Umweltthemen heranzuführen. Die Authentizität des Programms einiger öffentlich-rechtlicher Jugendwellen hat jedenfalls bewiesen, dass gut aufbereitete Umweltthemen durchaus Quote bringen können. Dafür enthält die dem Buch beiliegende CD zwölf gelungene Hörbeispiele.

Claudia Bulut (Köln)