

Christine W. Wijnen · Sascha Trültzsch
Christina Ortner (Hrsg.)

Medienwelten im Wandel

Kommunikationswissenschaftliche
Positionen, Perspektiven
und Konsequenzen

ÖFFENTLICHE KOMMUNIKATION MEDIEN KOMMUNIKATORFORSCHUNG MEDIENSYSTEM JOURNALISMUS WERBUNG MEDIENWIRTSCHAFT ONLINEKOMMUNIKATION MEDIENRECHT PUBLIC RELATIONS MEDIENMANAGEMENT POLITISCHE KOMMUNIKATION PRINTMEDIEN HÖRFUNK FERNSEHEN MEDIENWIRKUNG MEDIENINHALTE LOKALE KOMMUNIKATION MEDIENÖKONOMIE ELEKTRONISCHE MEDIEN MEDIENPÄDAGOGIK NUTZUNGSFORSCHUNG MEDIENGESCHICHTE MEDIENPSYCHOLOGIE KOMMUNIKATIONSTHEORIEN MEDIENPOLITIK MEDIENORGANISATIONEN INTERNATIONALE KOMMUNIKATION MEDIEN UND MARKTFORSCHUNG MEDIENKONZENTRATION ORGANISATIONSKOMMUNIKATION ÖFFENTLICHE KOMMUNIKATION MEDIEN KOMMUNIKATORFORSCHUNG MEDIENSYSTEM JOURNALISMUS WERBUNG MEDIENWIRTSCHAFT ONLINEKOMMUNIKATION MEDIENRECHT PUBLIC RELATIONS MEDIENMANAGEMENT POLITISCHE KOMMUNIKATION PRINTMEDIEN HÖRFUNK FERNSEHEN MEDIENWIRKUNG MEDIENINHALTE LOKALE KOMMUNIKATION MEDIENÖKONOMIE ELEKTRONISCHE MEDIEN MEDIENPÄDAGOGIK NUTZUNGSFORSCHUNG MEDIENGESCHICHTE MEDIENPSYCHOLOGIE KOMMUNIKATIONSTHEORIEN

Medienwelten im Wandel

Christine W. Wijnen • Sascha Trültzsch
Christina Ortner (Hrsg.)

Medienwelten im Wandel

Kommunikationswissenschaftliche
Positionen, Perspektiven
und Konsequenzen

Festschrift für Ingrid Paus-Hasebrink

Herausgeber

Christine W. Wijnen
Wien, Österreich

Sascha Trültzsch,
Christina Ortner,
Salzburg, Österreich

ISBN 978-3-531-18436-4
DOI 10.1007/978-3-531-19049-5

ISBN 978-3-531-19049-5 (eBook)

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Springer VS

© Springer Fachmedien Wiesbaden 2013

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Springer VS ist eine Marke von Springer DE. Springer DE ist Teil der Fachverlagsgruppe Springer Science+Business Media
www.springer-vs.de

Inhalt

<i>Sascha Trültzsch, Christine W. Wijnen und Christina Ortner</i> Medienwelten im Wandel: Eine Einleitung	7
<i>Michelle Bichler und Eva Hammerer</i> Ingrid Paus-Hasebrink – Stationen einer Wissenschaftlerin	19
I Positionen	23
<i>Ralph Weiß</i> Theoretische Grundlagen des praxeologischen Kontextualismus bei Ingrid Paus-Hasebrink	25
<i>Friedrich Krotz</i> Aufwachsen in mediatisierten Welten	39
<i>Uwe Hasebrink</i> Modi audiovisueller Kommunikation	55
<i>Christian Doelker</i> Medien und Menschwerdung. Ein evolutionspsychologischer Ansatz der Medienpädagogik	71
<i>Dieter Spanhel</i> Der Prozess der Identitätsbildung in mediatisierten Alltagswelten	79
II Perspektiven	95
<i>Gerhard Tulodziecki</i> Zur Bedeutung kommunikationswissenschaftlicher Forschung für die Erziehungswissenschaft	97

Cristina Ponte

Media worlds and the generational order in socially disadvantaged families 113

Giovanna Mascheroni

From virtual communities to social network sites:

Changing perspectives on online identity and social relations 125

Veronika Kalmus

Making sense of the social mediation of children's internet use:

Perspectives for interdisciplinary and cross-cultural research 137

Rahel Walser und Klaus Neumann-Braun

Freundschaftsnetzwerke und die Welt ihrer Fotoalben – gestern und heute . 151

Andrea Dürager und Jens Woelke

Fernsehprogramm für Kinder oder Fernsehprogramm der Kinder?

Medienpädagogische Betrachtung eines zentralen Programmbereichs

öffentlicher Kommunikation 167

Brigitte Hipfl und Jasmin Kulterer

Dancing Stars – Ökonomie, Subjektformen und Affekte des Reality TV ... 183

Albert Lichtblau und Alois Pluschkowitz

Face the Memories: Filmische *Stadtgeschichte(n)* aus Salzburg 199

III Konsequenzen 221

Ulrike Wagner und Claudia Lampert

Zur Notwendigkeit einer ressourcenorientierten

Mediensozialisationsforschung 223

Bernd Schorb

Die Aneignung von Musik durch Jugendliche. Der Klangraum Internet ... 237

Daniel Süß

Mediensozialisationsforschung in die medienpädagogische Praxis

transferieren: Kinder als Akteure im medienpädagogischen Dialog 255

Zu den Autorinnen und Autoren 265

Medienwelten im Wandel: Eine Einleitung

Sascha Trültzsch, Christine W. Wijnen und Christina Ortner

Heraklit von Ephesos baute einen Großteil seiner Philosophie rund um den bekannten Ausspruch „Panta rhei“ auf und war der Ansicht, dass Wandel das einzig Beständige sei (vgl. z. B. Ackeren 2006: 101–128). Wandel charakterisiert menschliches Zusammenleben, Gesellschaft und Kultur. Viele Veränderungen werden unter anderem – wenn nicht sogar maßgeblich, wie Innis ([1951] 2008) argumentiert – durch technisch-mediale Innovationen vorangetrieben, die menschliche Kommunikation verändern. Der Buchdruck mit beweglichen Lettern in der frühen Neuzeit bot ganz neue Möglichkeiten öffentlicher Kommunikation und wird mit der Reformation und der Entstehung von Öffentlichkeit in Verbindung gebracht (vgl. u. a. Giesecke 1991). Veränderungen in der interpersonalen Kommunikation finden sich beispielsweise durch die Verbreitung des Telefons (vgl. u. a. Höflich 1989). Im Hinblick auf neuere Medienentwicklungen ist diese Trennung zwischen öffentlicher und personaler Kommunikation allerdings nicht mehr so eindeutig weiterführbar. Die Entwicklung der Mobiltelefonie hat beispielsweise sowohl Einfluss auf die interpersonale als auch auf die öffentliche Kommunikation – der Wandel findet in beiden Dimensionen statt: Individuen geraten in den Genuss oder unter den Druck ständiger Erreichbarkeit und gesellschaftlich ist es inzwischen anerkannt, dass persönliche Gespräche in öffentlichen Räumen für Anwesende verständlich geführt werden. Von ‚Tyrannei der Intimität‘ sensu Sennett (1983) spricht kaum mehr jemand. Differenzierter und treffender haben Höflich und Hartmann (2007: 216–220) verschiedene Strategien nachgezeichnet, die die Präsenz des Privaten in der Öffentlichkeit regeln und Telefonierende wie Dritte ‚entlasten‘. Die technischen Kommunikationsmedien sind Bestandteil des Alltags geworden und werden häufig genauso selbstverständlich wie die ‚natürlichen‘ Kommunikationsmedien genutzt. Alltag und Kultur werden durch Medien so wesentlich mitbestimmt (Schmidt 1994); gemeinhin wird von einer Medialisierung oder Mediatisierung der Alltagswelt gesprochen (vgl. u. a. Krotz 2001; Donges 2008, für eine Darstellung der Debatte um den Begriff im Überblick Meyen 2009.) In einer so mediatisierten Welt (Hepp 2011) zieht ein medialer Wandel immer auch einen kulturellen nach sich, der wiederum besonders deutlich und brisant wird, wenn er sich in veränderten Verhaltensweisen und veränderter Mediennutzung Heranwachsender zeigt.

Aus den vorangegangenen Überlegungen folgt, dass das komplexe Phänomen einer zunehmend mediatisierten Gesellschaft aus mehreren Perspektiven zu betrachten ist. Erstens gilt es die Nutzungspraktiken und deren Rolle im Alltag theoretisch zu erfassen und zu analysieren. Zweitens kommen die (veränderten) Bedingungen unter denen Sozialisation (nicht nur Heranwachsender) stattfindet in den Blick und drittens schließlich bleiben die Medienangebote selbst als Kommunikate ein Untersuchungsgegenstand. Darüber hinaus ergeben sich vielfältige Verwicklungen der einzelnen Dimensionen, die nur einen Ausschnitt des Themenfeldes darstellen. Solch komplexe Phänomene fordern komplexe Ansätze, die multiperspektivisch angelegt sein müssen. Das bezieht sich bei der Analyse von Kommunikation auf Trans- bzw. Interdisziplinarität aber auch darauf, nicht allein eine Ebene zu untersuchen, sondern die verschiedenen an Produktion, Distribution, Rezeption und Weiterverarbeitung beteiligten Prozesse ebenso wie den Inhalt der konkreten Angebote selbst (Paus-Hasebrink 2006a) zu berücksichtigen. Während in der theoretischen Auseinandersetzung diese hohe Komplexität tatsächlich auch erreicht werden kann und handhabbar bleibt, ist dies in der empirischen Forschung häufig nicht möglich; hier muss Komplexität aus forschungspragmatischen Gründen eher reduziert werden. Zumindest aber hat sich mittlerweile die Einsicht durchgesetzt, dass auch im Rahmen empirischer Forschung eine Beschränkung beispielsweise allein auf das Angebot oder aber allein auf die Rezeption medienvermittelte Kommunikation nicht adäquat erfassen kann.

Aus der Berücksichtigung mehrerer Ebenen der audiovisuellen Kommunikation leitet sich die Notwendigkeit der Methodenkombination ab, da beispielsweise Mediennutzung mit anderen Methoden analysiert wird als der Inhalt von Fernsehsendungen. Dabei kann auf allen Ebenen sowohl auf qualitative als auch quantitative Methoden zurückgegriffen werden, die im besten Falle aber kombiniert werden. Ingrid Paus-Hasebrink hat hier einen Ansatz entwickelt und mehrfach realisiert, der diese Methodenkombination leistet. Die Rezeptionssituation wird dabei in den sozialen Kontext und in die individuellen subjektiven Theorien der Rezipientinnen und Rezipienten eingebettet. Parallel dazu werden die Angebote inhaltsanalytisch untersucht, wobei auch die Produktionszusammenhänge Berücksichtigung finden. Bei einer solchen Vorgehensweise muss sich die Kommunikationswissenschaft zwangsläufig der Theoriebestände und Methoden anderer Disziplinen bedienen. Untersucht man etwa die Mediennutzung und Mediensozialisation Heranwachsender, ist es vor diesem Hintergrund geboten, medienpädagogische Ansätze zu adaptieren. Dieses trans- oder interdisziplinär orientierte sozialwissenschaftliche Vorgehen bringt nicht nur Vorteile bei der theoretischen Konzeption, sondern auch bei der Erhebung, der Analyse und Interpretation der Ergebnisse, ebenso vereinfacht es auch Empfehlungen für die medienpädagogische Praxis zu formulieren (vgl. Paus-Hasebrink 2006c, 2011; Trültzsch/Wijnen 2012.) Im Sinne einer gesellschaftlich relevanten und verantwortungsvollen So-

zialwissenschaft ist dies sicherlich ein erheblicher Gewinn auch jenseits allein kommunikationswissenschaftlicher Diskurse. Eine wünschenswerte Konsequenz ist es, wenn aus diesen Empfehlungen auch ein praktisches Engagement hervorgeht, sei es (medien-)pädagogisch oder medienpraktisch. Nicht zuletzt kann die Adaption von Beständen aus anderen Disziplinen oder Feldern auch positive Rückwirkungen auf diese zeitigen.

Es ist diese Positionierung, die Ingrid Paus-Hasebrink unermüdlich vertritt, referiert und publiziert, die aber eben auch – wichtiger noch – ihre eigene Forschung bestimmt. Ihre Arbeiten zeichnen sich durch Internationalität sowie interdisziplinäre Grenzüberschreitungen zwischen Kommunikationswissenschaft, Medienwissenschaft, Soziologie, Sozialisationsforschung und Medienpädagogik aus, wobei sie sich in diesem Feld immer bewusst als Kommunikationswissenschaftlerin positioniert, die bestrebt ist, Positionen aus angrenzenden ‚Disziplinen‘ für die eigene theoretische und empirische Arbeit fruchtbar zu machen. So brachte sie sich in jüngerer Zeit immer wieder in den Diskurs um das Selbstverständnis der Kommunikationswissenschaft ein, unter anderem im Rahmen der Selbstverständnisdebatte der DGPK (2008). Das Spektrum ihrer wissenschaftlichen Arbeiten reicht von der lebensweltlichen Verortung des Medienhandelns (z. B. Mediensozialisationsforschung, Paus-Hasebrink/Bichler 2008) über populärkulturelle Kommunikationsphänomene (wie z. B. die Untersuchung zum ORF Format *Taxi Orange*, Paus-Hasebrink 2004; zu Daily Talks, Paus-Haase et al. 1999 und Daily Soaps Göttlich/Krotz/Paus-Haase 2001 oder zum Musicalfilm *The Sound of Music*, Paus-Hasebrink et al. 2011) bis hin zu Fragen von Crossmedialität und Medienkonvergenz (wie sie im Kontext der Untersuchungen zur Mediennutzung und -rezeption von Heranwachsenden aufgegriffen werden, Paus-Hasebrink et al. 2006). In der letzten Zeit hat sie sich vor allem der Internetnutzung Heranwachsender zugewandt (Schmidt/Paus-Hasebrink/Hasebrink 2009) – mit EU Kids Online auch in einem internationalen Netzwerk (Paus-Hasebrink/Dürager 2009; Paus-Hasebrink/Ortner 2009 und 2011; Paus-Hasebrink et al. 2012). Aber auch zur Digitalisierung des Fernsehens hat sie geforscht (Paus-Hasebrink/Hammerer/Ortner 2005; Ortner/Paus-Hasebrink 2007; Ortner/Paus-Hasebrink/Pluschkowitz 2009).

Der rote Faden, der sich durch ihre Forschung und eben auch durch ihre Publikationen¹ zieht ist der ganzheitliche Blick auf Kommunikationsphänomene, der

¹ Der Band verzichtet auf den Abdruck einer Bibliographie der Schriften von Ingrid Paus-Hasebrink, da die chronologische Auflistung aus Sicht der Herausgeberinnen und des Herausgebers wenig übersichtlich wäre. Digital aber sind die Inhalte durchsuchbar und die Liste wird regelmäßig aktualisiert. Auf der Internetseite der Festschrift bei Springer VS befindet sich eine laufend aktualisierte Bibliographie. www.springer-vs.de/Buch/978-3-531-18436-4/Medienwelten-im-Wandel.html (22.06.2012) Informationen zu aktuellen Forschungsprojekten usw. finden sich auf der Seite der Universität Salzburg <http://www.uni-salzburg.at/kowi/paus-hasebrink> (22.06.2012).

eine Integration gesellschaftlicher Kontexte auf Mikro-, Meso- und Makroebene bzw. eine Verschränkung von Produkt- und Rezeptionsanalysen beinhalten und konsequenterweise ein Plädoyer für Methodenvielfalt und Methodenkombination einschließt. Gerade in den letzten Jahren hat Ingrid Paus-Hasebrink in diesem Zusammenhang auch den theoretischen Diskurs zu einer integrativen kommunikationswissenschaftlichen Forschung bereichert (Paus-Hasebrink 2006a, 2006b, 2010). So wird es verständlich, dass der vorliegende Band zu ihrem 60. Geburtstag ein breites Spektrum an Positionen, Perspektiven und Konsequenzen versammelt, die sich allesamt an Schnittstellen befinden: Zwischen Kommunikationswissenschaft und Medienpädagogik, zwischen Soziologie und Medienforschung, zwischen Geschichtswissenschaft und Medienpraxis. Um dieses Spektrum zu bündeln und auf einen gemeinsamen Fokus auszurichten, haben die Herausgeberinnen und der Herausgeber den eingeladenen Autorinnen und Autoren einen programmatischen Text von Ingrid Paus-Hasebrink zur Lektüre empfohlen, auf den sich die Beiträge mehr oder weniger stark beziehen. „Lebens-Herausforderungen: Medienumgang und Lebensaufgaben. Was muss kommunikationswissenschaftliche Forschung leisten?“ (Paus-Hasebrink 2010)² formuliert Anforderungen an die kommunikationswissenschaftliche Forschung und greift einerseits auf Ansätze der Entwicklungspsychologie und Sozialisationsforschung (Baacke und primär Havighursts Konzept der Entwicklungsaufgaben) zurück. Andererseits werden ausführlich praxeologische Ansätze zur praktischen Lebensführung (Weber) und des praktischen Sinns (Weiß 2001 in der Tradition von Habermas und Bourdieu) fruchtbar gemacht. Beide Linien werden programmatisch zusammengebracht und kritisch erweitert, um daraus Forderungen für die kommunikationswissenschaftliche Forschung abzuleiten. Viele Autorinnen und Autoren haben diese Argumentation aufgegriffen, weiterentwickelt, auf ihre Forschungsfelder bezogen oder kritisch diskutiert, einige berichten aus ihrer aktuellen Forschung.

Die vorliegende Festschrift wird mit einem essayistischen Portrait (Bichler/Hammerer) eingeleitet, welches nicht das vielschichtige wissenschaftliche Werk, sondern die Person, sowie das Werden und die Entwicklung der Wissenschaftlerin, Lehrerin, Betreuerin, Wegbegleiterin und Freundin Ingrid Paus-Hasebrink in den Mittelpunkt stellt.

Der Band ist in drei Teile gegliedert, die sich aus jeweils unterschiedlich ausgerichteten Beiträgen zusammensetzen. Der erste Teil *Positionen* versammelt primär kommunikationswissenschaftliche Positionierungen sowie theoretische Auseinandersetzungen mit medien- und kommunikationswissenschaftlichen Fragestellungen. Unter der Überschrift *Perspektiven* im zweiten Teil sind Aufsätze

² Den englischsprachigen Autorinnen wurden stattdessen Paus-Hasebrink 2007 und Hasebrink/Paus-Hasebrink 2007 zur Lektüre empfohlen.

versammelt, die Perspektiven kommunikationswissenschaftlicher Forschung im Kontext von Interdisziplinarität und Internationalität aufzeigen oder die kommunikationswissenschaftliche Forschung aus der Perspektive anderer Disziplinen ausleuchten. Auch die bereits existierende und potentiell wechselseitige Bereicherung der ‚Disziplinen‘ wird hier diskutiert. *Konsequenzen* als dritter Teil stellt die Relevanz von bzw. die Schlussfolgerungen aus interdisziplinär und international angelegter kommunikationswissenschaftlicher Forschung für die Gesellschaft in den Mittelpunkt.

Ralph Weiß referiert im ersten Aufsatz der Rubrik Positionen den praxeologischen Kontextualismus nach Paus-Hasebrink, geht dezidiert auf ihre Veröffentlichungen ein und zeichnet theoretische Hintergründe sowie ihr analytisches Programm fundiert nach, um den Mehrwert einer solchen Herangehensweise aufzuzeigen. Auf einer breiten Textbasis arbeitet er eine praxeologische Forschungsperspektive auf und zeigt deren Gewinn für die kommunikationswissenschaftliche Forschung auf. Friedrich Krotz thematisiert kritisch die Entwicklungsaufgaben Havighursts und deren Adaption durch Paus-Hasebrink für die Rezeptionsforschung. Er hinterfragt die Tauglichkeit des Konzeptes und bietet Modifikationen für den Theoriediskurs an. Der Aufsatz von Uwe Hasebrink liefert eine Integration medien- und kommunikationswissenschaftlicher Theorie als Basis für die Analyse der veränderten Rezeptionsbedingungen konvergenter audiovisueller Medien. Die integrative Forschung zu audiovisuellen Medien und deren Rezeption von Paus-Hasebrink und das Konzept des Dispositivs zur Fernsehanalyse (und Fernsehgeschichte) von Hickethier werden kombiniert und die Nützlichkeit der Integration beider Konzepte für die weitere Forschung skizziert. Christian Doelker entfaltet einen evolutionspsychologischen Ansatz der Medienpädagogik, der sich in theoretischer Perspektive mit den Auswirkungen der Online-Kommunikation auseinandersetzt. Dabei vertritt er die These, dass sich kognitive Fähigkeiten unter Offline-Bedingungen ganz anders entwickeln können, und erläutert dies unter anderem unter Rückgriff auf C. G. Jung. Im letzten Beitrag in der Rubrik Positionen geht Dieter Spanhel auf die Identitätsbildung in mediatisierten Alltagswelten ein, wobei er sich auf ein systemtheoretisches Modell der Identität stützt und eben im Besonderen den Prozess der Identitätsbildung im Kontext von Medienkultur diskutiert, um schließlich auf die veränderten Entwicklungsaufgaben in mediatisierten Welten einzugehen.

Der zweite Teil, der sich den interdisziplinären und internationalen Perspektiven zuwendet, wird mit dem Beitrag von Gerhard Tulodziecki eingeleitet, der die Bedeutung kommunikationswissenschaftlicher Forschung für die Erziehungswissenschaft in den Fokus nimmt. Dabei wendet er sich im Besonderen der Bedeutung der Ergebnisse kommunikationswissenschaftlicher Forschung für den Unterricht, für pädagogisches Handeln, pädagogische Leitbegriffe und pädagogi-

sche Intervention zu. Cristina Ponte diskutiert die Konsequenzen sich verändernder Medienbedingungen für die Rezeptionsforschung, wobei sie dies vor dem Hintergrund der spezifischen technisch-medialen Bedingungen verschiedener Generationen diskutiert. In einem weiteren englischsprachigen Beitrag geht Giovanna Mascheroni in einer interdisziplinären Perspektive auf Online-Identitäten und soziale Beziehungen ein. Im Mittelpunkt steht dabei der Wechsel von Konzepten der Körperlosigkeit und Fantasy-Identitäten (disembodied, fantasy) hin zu Körperlichkeit und Authentizität (bodied, authenticity). Veronika Kalmus zeichnet im dritten englischsprachigen Aufsatz den Stand der Forschung zur Medienutzung und Mediensozialisation von Heranwachsenden aus Perspektive verschiedener Disziplinen und in unterschiedlichen Ländern nach. Aufbauend auf einem Vergleich theoretischer und methodischer Überlegungen sowie empirischer Ergebnisse skizziert sie Perspektiven und Vorschläge für die weitere Forschung und fordert vor allem Methodenvielfalt sowie interdisziplinäre und vermehrt interkulturell vergleichende Studien. Wie sich die kommunikative Präsentation von Fotografien durch technisch-mediale Innovationen verändert hat, erörtern Rahel Walser und Klaus Neumann-Braun in ihrem Beitrag. Dabei stehen vor allem die Aspekte der Begleit- und Anschlusskommunikation im Mittelpunkt, die sich vom klassischen hin zum Online-Fotoalbum fundamental verändert haben. Andrea Dürager und Jens Woelke legen Ergebnisse einer Programmstrukturanalyse der Kinderprogramme deutschsprachiger öffentlich-rechtlicher und privater Sender vor und diskutieren im Sinne einer Mehrebenen-Perspektive Fragen des Inhalts der einzelnen Angebote sowie mögliche Qualitätsansprüche im Sinne einer medienpädagogischen Bewertung einzelner Sendungen. Auch Brigitte Hipfl und Jasmin Kulterer wenden sich in ihrem Beitrag dem Fernsehen zu und gehen auf das österreichische Reality-Format *Dancing Stars* ein. Dabei geht es ihnen in erster Linie um Aufmerksamkeitsökonomie, Subjektformen und die Inszenierung von Emotionen und Affekten, wobei der Blick auch immer wieder auf das britische ‚Original‘ gelenkt wird. Albert Lichtblau und Alois Pluschkowitz setzen sich mit der Erinnerungskultur zum „Dritten Reich“ und vor allem ihren Defiziten und Verdrängungsmechanismen in Österreich auseinander. Dabei gehen sie dezidiert auf die Situation in Salzburg ein und stellen ein Projekt vor, das die Praxis audiovisueller Arbeit (als Bestandteil Salzburger Kommunikationswissenschaft in der Abteilung von Ingrid Paus-Hasebrink) mit den Forschungsmethoden der Geschichtswissenschaft (Oral History, Video History) verbindet und damit eine Öffentlichkeit für diese immer noch aktuelle Thematik schafft und schließlich praktische gesellschaftliche Relevanz erhält.

Der dritte Teil Konsequenzen beschäftigt sich mit der Relevanz und den Konsequenzen interdisziplinärer und internationaler Forschung bzw. deren Ergebnissen. Ulrike Wagner und Claudia Lampert entwickeln aus kommunikationswis-

senschaftlichen und medienpädagogischen Ansätzen eine subjekt- und ressourcenorientierte Mediensozialisationsforschung und schlagen vor dem Hintergrund veränderter Medienkommunikation neue Denkwerkzeuge vor. Bernd Schorb nutzt in seinem Beitrag die Raummetapher als heuristisches Instrument um die Musikknutzung von Kindern und Jugendlichen zu analysieren. Auf Grundlage aktueller empirischer Befunde zeichnet er die jeweils medial spezifischen Nutzungsmuster sowie deren Gemeinsamkeiten und Unterschiede nach. Daniel Süss geht es in seinem Beitrag um den Transfer kommunikationswissenschaftlicher Forschungsergebnisse in die medienpädagogische Praxis. Er gibt dazu Einblick in seine Kindervorlesungen, die er an verschiedenen Orten in Zürich gehalten hat. Je nach Stadtteil unterscheiden sich die Kinder und deren Familien hinsichtlich ihrer formalen Bildung und ihres sozioökonomischen Status⁶. So kann Süss die unterschiedlichen Reaktionen, Nachfragen und Probleme der Kinder aus verschiedenen Gruppen vergleichen – auf diese Weise liefert die Präsentation kommunikationswissenschaftlicher Forschungsergebnisse in der medienpädagogischen Praxis wiederum neue qualitative Einblicke in Mediennutzung und Mediensozialisation Heranwachsender.

Die vorliegende Festschrift für Ingrid Paus-Hasebrink versammelt also Beiträge von großer disziplinärer, gegenstandsbezogener und theoretischer Vielfalt. Die gemeinsame Bezugnahme auf das Werk von Ingrid Paus-Hasebrink und den darin propagierten und umgesetzten Anspruch, die den jeweiligen Gegenstand prägende Vielfalt der Phänomene und Perspektiven zusammenzudenken, stiftet jedoch einen engen Zusammenhang; es wird deutlich, dass ein besseres Verständnis der kommunikativen Grundlagen von Kultur und Gesellschaft und der Prozesse des Hineinwachsens in Kultur und Gesellschaft genau dieser Zusammenführung verschiedener theoretischer, methodischer und kultureller Perspektiven bedarf. Wir hoffen, dass dieser Band einen weiteren Impuls in diese Richtung geben kann. Angesichts der Fülle der wissenschaftlichen Kooperationsbeziehungen von Ingrid Paus-Hasebrink standen die Herausgeberinnen und der Herausgeber vor der nicht ganz leichten Aufgabe, eine Auswahl zu treffen, die die verschiedenen Sphären annähernd abdeckt. Sie entschieden sich, vor allem solche Autorinnen und Autoren einzuladen, die langjährige Wegbegleiterinnen und Wegbegleiter oder im weiteren Sinne Schülerinnen und Schüler von Ingrid Paus-Hasebrink sind. Für die zahlreichen engen Kolleginnen und Kollegen der Universität Salzburg, insbesondere am Fachbereich Kommunikationswissenschaft sowie an der Kultur- und Gesellschaftswissenschaftlichen Fakultät, deren Dekanin sie ist, konnten stellvertretend nur Mitglieder der Abteilung Audiovisuelle Kommunikation eingeladen werden.

Die Herausgeberinnen und der Herausgeber danken dem Rektorat und dem Rektor der Universität Salzburg, Univ.-Prof. Dr. Schmidinger: Aus dem Sonderetat des Rektors wurde diese Festschrift im Wesentlichen finanziert. Wir danken

auch der Stiftungs- und Förderungsgesellschaft der Universität Salzburg sowie dem Fachbereich Kommunikationswissenschaft für die Unterstützung bei der Finanzierung des Bandes. Weiterhin gilt unser Dank dem Verlag für Sozialwissenschaften (Springer VS), der uns hinsichtlich der Realisierung des Bandes entgegengekommen ist und so das Buchprojekt erst ermöglicht hat.

Vor allem aber danken wir der Jubilarin Ingrid Paus-Hasebrink für ihre Betreuung, Unterstützung und ihre offene und einnehmend herzliche Art mit der sie uns immer wieder unterstützt. Es war nicht immer ganz einfach die Arbeit an der Festschrift vor ihr verborgen zu halten. Feinfühlig, wie sie ist, merkte sie natürlich sofort, dass ein ihr unbekanntes Projekt in unseren Zeitbudgets zu Buche schlug. Herzlichen Glückwunsch zum 60. Geburtstag.

Salzburg im Juni 2012

Sascha Trültzsch, Christine W. Wijnen und Christina Ortner

Literatur

- Ackeren van, Marcel (2006): Heraklit: Vielfalt und Einheit seiner Philosophie. Berlin u. a.: Peter Lang.
- Deutsche Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft DGPK (2008): Kommunikation und Medien in der Gesellschaft: Leistungen und Perspektiven der Kommunikations- und Medienwissenschaft. Selbstverständnispapier der DGPK verabschiedet auf der Mitgliederversammlung am 1. Mai 2008 in Lugano. Online: <http://www.dgpuk.de/uber-die-dgpuk/selbstverstandnis/> (05.06.2012).
- Donges, Patrick (2008): Medialisierung politischer Organisationen. Parteien in der Mediengesellschaft. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Giesecke, Michael (1991): Der Buchdruck in der frühen Neuzeit. Eine historische Fallstudie über die Durchsetzung neuer Informations- und Kommunikationstechnologien. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Göttlich, Udo/Krotz, Friedrich/Paus-Haase, Ingrid (Hrsg.) (2001): Daily Soaps und Daily Talks im Alltag von Jugendlichen. Eine Studie im Auftrag der Landesanstalt für Rundfunk Nordrhein-Westfalen und der Landesanstalt für private Rundfunkveranstalter Rheinland-Pfalz. Schriftenreihe für Medienforschung der Landesanstalt für Rundfunk Nordrhein-Westfalen (LrR), Bd. 38. Opladen: Leske + Budrich.
- Hasebrink, Uwe/Paus-Hasebrink, Ingrid (2007): Young people's identity construction and patterns of media use and participation in Germany and Austria. In: Dahlgren, Peter (Hrsg.): Young Citizens and New Media: Learning Democratic Engagement. New York/London: Routledge, 81–101.
- Hepp, Andreas (2011): Medienkultur. Die Kultur mediatisierter Welten. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Höflich, Joachim (1989): Telefon und interpersonale Kommunikation: Vermittelte Kommunikationen aus einer regelorientierten Kommunikationsperspektive. In: Forschungsgruppe Telefonkommunikation [Lange, Ulrich/Beck, Klaus/Zerdick, Axel] (Hrsg.): Telefon und Gesellschaft. B. 1: Beiträge zu einer Soziologie der Telefonkommunikation. Berlin: Spiess.
- Höflich, Joachim/Hartmann, Maren (2007): Grenzverschiebungen – Mobile Kommunikation im Spannungsfeld von öffentlichen und privaten Sphären. In: Jutta Röser (Hrsg.): MedienAlltag: Domestizierungsprozesse alter und neuer Medien. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 211–221.
- Innis, Harold Adams (2008): The bias of communication (Edited by Alexander J. Watson). Toronto [u. a.]: Univ. of Toronto Press. [Zuerst: 1951.]
- Krotz, Friedrich (2001): Die Mediatisierung kommunikativen Handelns. Wie sich Alltag und soziale Beziehungen, Kultur und Gesellschaft durch die Medien wandeln. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Meyen, Michael (2009): Medialisierung. In: Medien & Kommunikationswissenschaft, 57. Jahrgang, H. 1. Hamburg: Nomos, 23–38.
- Ortner, Christina/Paus-Hasebrink, Ingrid (2007): Digitales Fernsehen aus der Sicht der österreichischen Bevölkerung. In: Steininger, Christian/Woelke, Jens (Hrsg.): Fernsehen in Österreich 2007. Konstanz: UVK, 281–300.
- Ortner, Christina/Paus-Hasebrink, Ingrid/Pluschkowitz, Alois (2009): Die Digitalisierung der Fernsehübertragung als Herausforderung für den Österreichischen Rundfunk. In: Stark, Birgit/Magin, Melanie (Hrsg.): Die österreichische Medienlandschaft im Umbruch. Wien: Verlag der Österreichischen Akademie der Wissenschaften, 127–146.

- Paus-Haase, Ingrid/Hasebrink, Uwe/Mattusch, Uwe/Keuneke, Susanne/Krotz, Friedrich (1999): Talkshows im Alltag von Jugendlichen. Der tägliche Balanceakt zwischen Orientierung, Amüsement und Ablehnung. Opladen: Leske + Budrich (Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Rundfunk Nordrhein-Westfalen; 32).
- Paus-Hasebrink, Ingrid (2004): Inszenierter Alltag. Das Phänomen Taxi Orange. Produkt- und Rezeptionsanalysen. Wien: Österreichischer Kunst- und Kulturverlag. (unter Mitarbeit von Eva Hammerer und Tanja Jadin sowie Sebastian Bollig, Marco Pointecker, Claudio Ruggieri, Anja Sindermann).
- Paus-Hasebrink, Ingrid (2006a): Zu einem integrativen Modell der AV-Kommunikation. In: Paus-Hasebrink, Ingrid/Woelke, Jens/Bichler, Michelle/Pluschkowitz, Alois (Hrsg.): Einführung in die Audiovisuelle Kommunikation. München [u. a.]: Oldenbourg Verlag, 1–12.
- Paus-Hasebrink, Ingrid (2006b): Zum Begriff von ‚Kultur‘ als Basis eines breiten Verständnisses von (AV-)Kommunikation im Rahmen von Alltagskultur. In: Paus-Hasebrink, Ingrid/Woelke, Jens/Bichler, Michelle/Pluschkowitz, Alois (Hrsg.): Einführung in die Audiovisuelle Kommunikation. München [u. a.]: Oldenbourg Verlag, 13–52.
- Paus-Hasebrink, Ingrid (2006c): Medienpädagogische Forschung braucht gesellschaftskritischen Handlungsbezug. In: Medien & Erziehung, 2006/5, 50 Jahre merz – 50 Jahre medienpädagogik. München: kopaed, 22–28.
- Paus-Hasebrink, Ingrid (2007): Heroes, Identity and para-social Interaction. In: Arnett, Jeffrey (Hrsg.): Encyclopedia of Children, Adolescents, and the Media. Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage Publications, 357–377.
- Paus-Hasebrink, Ingrid (2010): Lebens-Herausforderungen: Medienumgang und Lebensaufgaben. Was muss kommunikationswissenschaftliche Forschung leisten? In: Hartmann, Maren/Hepp, Andreas (Hrsg.): Die Mediatisierung der Alltagswelt. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften, 195–210.
- Paus-Hasebrink, Ingrid (2011): Medienkompetenz nicht in ein eigenes Schulfach abschieben. Anmerkungen aus medienpädagogischer Sicht. In: Communicatio socialis: internationale Zeitschrift für Kommunikation in Religion, Kirche und Gesellschaft. Virtualität und Inszenierung – Unterwegs in der digitalen Welt. Zwölf Kommentare aus Wissenschaft und Praxis zum medienethischen Impulspapier der publizistischen Kommission der Bischofskonferenz. 44. Jg., H. 4, 434–440.
- Paus-Hasebrink, Ingrid/Bichler, Michelle (2008): Mediensozialisationsforschung – theoretische Fundierung und Fallbeispiel sozial benachteiligte Kinder. Wien: Österreichischer Studienverlag (unter Mitarbeit von Christine Wijnen).
- Paus-Hasebrink, Ingrid/Dürager, Andrea (2009): EU Kids Online – Der sichere Umgang mit dem Internet. Österreich im europäischen Vergleich. In: Medienimpulse online, 2009/1. Wien: Bundesministerium für Unterricht, Kunst und Kultur. Online unter: <http://www.medienimpulse.at/articles/view/96> (22.06.2012).
- Paus-Hasebrink, Ingrid/Hammerer, Eva/Ortner, Christina (2005): Zur Implementierung von DVB-T in Österreich. Eine qualitative Studie. Schriftenreihe der Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH, B. 3. Wien.
- Paus-Hasebrink, Ingrid/Neumann-Braun, Klaus/Hasebrink, Uwe/Aufenanger, Stefan (2006): Medienkindheit – Markenkindheit: Untersuchung zur multimedialen Verwertung von Markenzeichen für Kinder. München: kopaed, 2006.
- Paus-Hasebrink, Ingrid/Ortner, Christina (2009): EU-Kids Online: Risiken der Online-Nutzung durch Kinder und Jugendliche: Befunde und Konsequenzen. In: medienimpulse, 1/2009, 64–69.

- Paus-Hasebrink, Ingrid/Ortner, Christina (2011): Wie nehmen Heranwachsende Risiken im Internet wahr? Ziele und Methoden einer international vergleichenden Forschung am Beispiel von EU Kids Online. In: Fromme, Johannes/Iske, Stefan/Marotzki, Winfried (Hrsg.): *Medialität und Realität. Zur konstitutiven Kraft der Medien. Medienbildung und Gesellschaft* 16. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 193–214.
- Paus-Hasebrink, Ingrid/Prochazka, Fabian/Sinner, Philip/Dürager, Andrea (2012): Werkstattbericht EU Kids Online – Chancen & Risiken im Internet. In: *kommunikation.medien*, 1. Ausgabe [journal.kommunikation-medien.at]. Online unter: <http://journal.kommunikation-medien.at/2012/04/werkstattbericht-eu-kids-online/> (22.06.2012).
- Paus-Hasebrink, Ingrid/Trültzsch, Sascha/Sinner, Philip (2011): The Sound of Music – Ein interkulturelles Phänomen der Populärkultur. In: Coelsch-Foisner, Sabine (Hrsg.): *Atelier Gespräche*. Salzburg: Verlag Anton Pustet, 228–234.
- Schmidt, Jan-Hinrik/Paus-Hasebrink, Ingrid/Hasebrink, Uwe (2009): *Heranwachsen mit dem Social Web: Zur Rolle von Web 2.0-Angeboten im Alltag von Jugendlichen und jungen Erwachsenen*. Berlin: Vistas.
- Schmidt, Siegfried J. (1994): *Medien = Kultur?* Bern: Benteli.
- Sennett, Richard (1985) [1983]: *Verfall und Ende des öffentlichen Lebens: die Tyrannei der Intimität*. Frankfurt am Main: Fischer.
- Trültzsch, Sascha/Wijnen, Christine W. (2012): Zur praktischen Relevanz empirischer Forschung für die Medienkompetenzförderung bei Kindern und Jugendlichen. In: Fengler, Susanne/Eberwein, Tobias/Joch, Julia (Hrsg.) *Theoretisch praktisch!? Anwendungsoptionen und gesellschaftliche Relevanz der Kommunikations- und Medienforschung*. Konstanz: UVK, 111–124.
- Weiß, Ralph (2001): *Fern-Sehen im Alltag. Zur Sozialpsychologie der Medienrezeption*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Ingrid Paus-Hasebrink – Stationen einer Wissenschaftlerin

Michelle Bichler und Eva Hammerer

Sie wuchs in Suttrup auf, studierte Publizistik und Germanistik in Münster, arbeitete als Redakteurin in Wilhelmshaven und promovierte 1985 bei Josef Hackforth an der Universität Münster. Anschließend lehrte sie am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft sowie am Institut für Deutsche Sprache und Literatur und Didaktik in Münster. Mit der viel beachteten Arbeit zu „Heldenbilder im Fernsehen“ habilitierte sie 1997 bei dem von ihr hoch geschätzten Prof. Dr. Dieter Baacke an der Universität Bielefeld, wo sie anschließend auch Studierende unterrichtete. Von 1999 bis 2001 war sie Dozentin an den Instituten für Kommunikationswissenschaft und Erziehungswissenschaft in Salzburg sowie für Medien- und Kommunikationswissenschaft in Klagenfurt. Sie leitete den Fachbereich Kommunikationswissenschaft in Salzburg und ist dort heute Professorin für Audiovisuelle Kommunikation sowie außerdem Dekanin der kultur- und gesellschaftswissenschaftlichen Fakultät. Sie führte zahlreiche nationale und internationale Forschungsprojekte durch, verfasste vielfältige Gutachten und verhalf hunderten Studierenden zu einem wissenschaftlichen Abschluss. Googelt man ihren Namen, erhält man 60.000 Treffer: Ingrid Paus-Hasebrink hat in ihrem Leben beeindruckend viel geleistet. Das längste an ihr sei ihre Publikationsliste, heißt es in einem Lied an sie, das Freunde ihr vor einigen Jahren zum Geburtstag verfasst haben. Damit könnten sie richtig liegen, umfasst diese Liste doch beachtliche 27 Seiten.

Doch wir wollen an dieser Stelle die wissenschaftliche Vita beiseite schieben und den Fokus auf den Menschen legen, der hinter dieser Karriere steckt – dessen Leben aber eng mit der Wissenschaft verwoben ist. Denn Ingrid Paus-Hasebrink ist ohne Wissenschaft nicht denkbar, und das darf man getrost sagen, so ist es auch umgekehrt. Aber wer ist sie und was zeichnet sie aus?

Schon als Kind wollte sie den Dingen immer auf den Grund gehen, berichtet ihre Schwester Irmtraud Paus. Zu wissen, wie etwas abgelaufen und passiert sei, sei ihr ein Anliegen gewesen. Ein offenes Ohr habe sie für andere schon immer gehabt. Aber nicht nur ihre Familie, auch Jugend- und Studienfreundinnen bzw. -freunde beschreiben sie immer wieder als ein „offenes Haus“. Denn bei ihr

traf man sich, zu ihr ging man, wenn es etwas zu bereden gab. „Sehr häufig, wenn ich Ingrid besuchte, waren Kommilitonen da, oder es klingelte an der Tür und jemand wollte mal kurz vorbeischaun – und blieb. Für jeden hatte Ingrid eine Tasse Tee übrig“, erinnert sich Barbara Claus an ihre gemeinsame Studienzeit mit Ingrid Paus-Hasebrink. Und das änderte sich auch nicht, als es sie Ende der 1990er Jahre nach Österreich verschlug. Eigentlich haben es Deutsche in Österreich nicht leicht und auch die Sprachebarriere ist nicht zu unterschätzen. Doch sie schaffte es durch ihr offenes, humorvolles und interessiertes Wesen, Studierende, sowie Kolleginnen und Kollegen für sich zu gewinnen. So punktete sie auch durch die Bereitschaft, das eine oder andere Dialektwort in den Wortschatz aufzunehmen und es in den Vorlesungen einzustreuen – zum Gaudium der Studierenden. Was Authentizität ist, hat sie unzählige Studierende gelehrt. Nicht, weil sie eine einleuchtende Definition dafür parat hatte, sondern weil sie so ist, wie sie ist und genau dafür mag man sie.

Eine dieser Eigenheiten ist es, stundenlang und leidenschaftlich über Themen zu diskutieren, die ihr wichtig sind – und das auf höchstem Niveau. Studierende, die jemals eine Vorlesung oder ein Seminar bei Ingrid Paus-Hasebrink besucht haben, können es bestätigen. Seien es wissenschaftliche Thesen zur Medienrezeption, gesellschaftliche Entwicklungen, mediale Veränderungen oder auch bloß das Ergebnis eines Fußballspiels. Mit Hingabe analysiert sie Pro und Contra, zieht ihre Schlüsse und will auch von anderen immer deren Standpunkt wissen. Mit Kolleginnen und Kollegen trinkt sie dazu gerne eine Tasse Tee und sitzt in gemütlicher Runde beisammen. Diese Freude am intellektuellen Austausch hat Ingrid schon sehr früh ausgemacht. Eckhard Schinkel, ein Freund und ehemaliger Studienkollege, erinnert sich an eine der ersten Begegnungen mit ihr: „Du fragtest mich, den Studienanfänger, knallhart nach meiner Meinung über den zweiten Band von Lukacs’ ‚Geschichte und Klassenbewußtsein‘ – Schock; wieder etwas, wovon ich gerade einmal gehört hatte. Außerdem wolltest Du gerne mit jemandem über Habermas’ ‚Strukturwandel der Öffentlichkeit‘ diskutieren.“

Intellektuelle Langeweile ist Ingrid Paus-Hasebrink auch heute noch ein Gräuel. Das zeigt die große Bandbreite ihrer Interessens- und Forschungsgebiete. Diese reichen von der AV-Produktanalyse über die AV-Medienrezeptionsforschung – insbesondere bei Kindern und Jugendlichen – bis hin zu digitalem Fernsehen, (Medien)Sozialisation, Medienpädagogik und Kinder- und Jugendmedienforschung. Immer wieder widmet sie sich neuen Aufgaben und Herausforderungen. Gut erinnern wir uns noch an unsere Zeit als wissenschaftliche Mitarbeiterinnen von Ingrid, als beizeiten Mails mit dem Betreff „Da müssen wir tätig werden“ reingeflattert kamen.

Und das, obwohl die Bedingungen für das Angehen neuer Aktivitäten für sie bisweilen alles andere als ratsam oder sogar machbar erschienen. Denn körper-

lich ist Ingrid Paus-Hasebrink aufgrund eines schweren Autounfalls vor vielen Jahren angeschlagen. Aber ihr Durchhaltevermögen, ihr Biss und ihre innere Stärke gereichen einem kanadischen Holzfäller zur Ehre. Bis heute kämpft sie beharrlich gegen die Folgen – häufig so gut, dass Außenstehende lange nichts von ihren gesundheitlichen Problemen bemerken.

Die Familie war und ist ihr dabei ein großer Rückhalt. Die Mutter achtete darauf, dass die Kinder ihre Talente und Fähigkeiten entsprechend einsetzen konnten. So war Ingrid dafür zuständig, dass ihre Geschwister ihre Hausaufgaben erledigten. Und manchmal schrieb sie gar die Aufsätze für ihre Brüder. Ein Freund beschreibt Ingrids Familie als „herzlich, laut und Ingrid mittendrin“; dort sei immer etwas los. Und aus diesem herzlichen, lauten Miteinander und dem starken Zusammenhalt zwischen den Familienmitgliedern schöpft Ingrid Paus-Hasebrink Kraft, um unbeirrt ihren Weg zu gehen. Und das bringt sie auch in ihre Arbeit ein, die dadurch immer eine persönliche Note mit viel Wärme erhält.

Ihr persönliches Glück fand sie vor vielen Jahren mit Uwe Hasebrink. Auch er ist ihr eine große Stütze. Sie sind privat wie auch in wissenschaftlicher Hinsicht ein eingespieltes und erfolgreiches Team, in dem jeder von den jeweiligen Stärken des anderen profitiert.

Die Herangehensweise der qualitativen Sozialforschung entspricht ihrem Wesen und ihrem wissenschaftlichen Interesse an den Mitmenschen und ihren Lebenswelten. In ihrem Team wächst man zu einer „wissenschaftlichen Familie“ zusammen, die auch über die Arbeit hinaus füreinander da ist.

Heute beweist Ingrid Paus-Hasebrink als Dekanin, Professorin und Leiterin zahlreicher Forschungsprojekte Führungsqualitäten, die sie offenbar schon von klein an besaß. Ihren Rat nimmt man dankend an, ein Gespräch mit ihr wirkt oft Wunder, ihre Nähe sucht man gern.

I Positionen

Theoretische Grundlagen des praxeologischen Kontextualismus bei Ingrid Paus-Hasebrink

Ralph Weiß

1 Das analytische Programm: ganzheitliches Verstehen des Mediengebrauchs

In einem programmatischen Text¹ gibt Ingrid Paus-Hasebrink Auskunft über das Ziel, das sie in ihrer langjährigen Forschungsarbeit im Überschneidungsbereich von Kommunikationswissenschaft, Mediensozialisationsforschung und Medienpädagogik verfolgt.

Es geht ihr darum, „den Medienumgang von Menschen [...] entsprechend ihren Lebensaufgaben und -phasen mit Blick auf ihre Lebensmuster im Kontext der alltäglichen Lebensführung zu beschreiben und zu verstehen; und dies vor dem Hintergrund sozialer und – darin eingelagert – auch medialer Wandlungsprozesse“ (Paus-Hasebrink 2010: 196).

Paus-Hasebrink will den Mediengebrauch als Moment alltäglicher Lebensführung begreifen und erklären. Dafür rückt sie den subjektiven Sinn, den der Mediengebrauch für die Nutzerinnen und Nutzer hat, in das Zentrum der Betrachtung. Der Rezeptionsanalyse stellt sie die Aufgabe, diesen subjektiven Sinn zur Sprache zu bringen, auch und gerade wenn den Rezipientinnen und Rezipienten selbst dafür die Worte fehlen. Deshalb geht es ihr nicht allein darum, den Sinn des Mediengebrauchs gleichsam durch die Augen der Nutzerinnen und Nutzer zu betrachten und beschreiben zu können; der Sinn erschließt sich in seinen auch

¹ Wie in der Einleitung des Bandes bereits erläutert, wurde den Autorinnen und Autoren ein neuerer Text von Ingrid Paus-Hasebrink zur Lektüre empfohlen mit dem Hinweis, dass sich dort Punkte zum Anknüpfen und Weiterführen finden könnten. Der Text „Lebens-Herausforderungen: Medienumgang und Lebensaufgaben. Was muss kommunikationswissenschaftliche Forschung leisten?“ (in: Hartmann/Hepp 2010) geht programmatisch auf die Frage der theoretischen Ausrichtung der Kommunikationswissenschaft ein um daraus Perspektiven für empirische Forschung abzuleiten – mit dem Schwerpunkt auf der Bedeutung der Entwicklungsaufgaben und praxeologischer Perspektiven für die Medienforschung.

vorbewussten, unausgesprochenen Momenten dann, wenn der Mediengebrauch darüber hinaus als Moment alltäglicher Lebensführung verstanden wird, der Umgang mit Medien also selbst als eine Praxis, als subjektive Bewältigung von Herausforderungen, die der sozial konfigurierte Kontext des Alltagslebens aufgibt, gelesen wird und so seinen „praktischen Sinn“ offenbart.

Mit dieser analytischen Programmatik setzt sich Paus-Hasebrink von einer medienzentrierten Betrachtungsweise ab, die die Bedeutung von Medien dadurch zu erfassen sucht, dass sie einzelne Momente auf Seiten des Medienangebots und auf Seiten der Nutzerinnen und Nutzer als „Faktoren“ isoliert, um sodann die Existenz eines Zusammenhangs dieser partialisierten Momente quantitativ zu vermessen. Bei diesem variablenorientierten Vorgehen wird der Kontext der alltäglichen Lebensführung nach demselben Muster bedacht, d. h. als Ansammlung von einzelnen „Kontextvariablen“ inspiziert, deren Bedeutung in ihrem quantitativ ausgedrückten Einfluss auf die numerische Stärke des Zusammenhangs zwischen „unabhängiger“ und „abhängiger Variable“ angegeben wird. Paus-Hasebrink geht anders vor. Sie entwickelt eine theoretische Sprache dafür, worin der innere Zusammenhang von Alltagsleben, Mediengebrauch und Verfassung des Subjekts inhaltlich besteht. Für diesen etwas anders gearteten Zugang liefert die variablenorientierte Wirkungsforschung die Gründe.

Lehrreich ist der Überblick, den ein eloquenter Vertreter der Wirkungsforschung über die „Metamorphosen des Wirkungskonzepts“ gibt (Schulz 2009).² Winfried Schulz führt aus, dass sich die „Kausalheuristik“ der Wirkungsforschung erweitert habe, was sich mit dem „O-S-R-O-R-Schema“ darstellen lasse (vgl. Schulz 2009: 111).

„Das erste ‚O‘ steht für die Vielzahl an strukturellen, kulturellen und kognitiven Bedingungen, die der ‚Organismus‘ des Rezipienten in die Kommunikationssituation einbringt, das zweite ‚O‘ für die vielfältigen intervenierenden Vorgänge, die sich im ‚Organismus‘ bei Kommunikationsprozessen abspielen. Beispiele dafür bietet die empirische Forschung *en masse*. So sind etwa medienvermittelte Realitätsvorstellungen (Agenda-Setting-Effekte) vielfach moderiert durch sozialstrukturelle Merkmale der Rezipienten, durch deren Primärerfahrung und persönliche Betroffenheit wie auch durch persönliche Gespräche in interpersonalen Netzwerken. (...) Das zusätzliche ‚R‘ (für ‚reasoning‘) im Zentrum des Prozesses steht für intra- und interpersonale Prozesse der Konversation, Deliberation und Reflexion über die mediale Mitteilung.“ (Schulz 2009: 111, H. i. O.)

Folgt man dieser Auskunft, dann setzt das Subjekt selbst vermittels seiner „Deliberation und Reflexion“ die Eigenschaften des medialen „Stimulus“ in ein Ver-

² Schulz bezieht sich auf Analysen zum politischen Medieneinfluss. Die hier aufgenommene Passage handelt aber allgemein von der Wirkungsforschung.

hältnis zu seiner „Reaktion“ in Vorstellungen, Fühlen, Einstellungen oder Handeln. Damit wird eine Betrachtungsweise, die Mediennutzer als „Organismen“ in den Blick nimmt, für die Gesetzmäßigkeiten nach der Art von Naturgesetzen auffindig gemacht werden können, obsolet. Die Suche nach Regeln, die unwillkürlich und unabhängig von den Sinngebungen durch das Subjekt einen Zusammenhang zwischen Medieneigenschaften und Bestimmungen der Subjektivität (wie Anschauungen oder Einstellungen) herstellen, ist dann gegenstandslos. Daher wird auch der Wirkungsbegriff zweifelhaft, worauf Schulz ausdrücklich aufmerksam macht.

„Angesichts der vielfältigen Erweiterungen und Abschwächungen des Wirkungskonzeptes stellt sich die Frage, ob die Konzepte und Modelle überhaupt noch etwas mit der Kausalheuristik zu tun haben und ob sie noch als Wirkungsforschung zu kategorisieren sind. Eine verbindliche Antwort darauf gibt es nicht.“ (Schulz 2009: 112)

Positiv gewendet stellt sich die Aufgabe, eine valide Beschreibung für die Inhalte der „Reflexionen“ zu finden, die über die Bedeutung eines Medienimpulses entscheiden. Nimmt man ferner den Hinweis ernst, dass die die Rezeption bestimmenden „Vorgänge“ im Subjekt in einem Zusammenhang zu den „strukturellen, kulturellen und kognitiven Bedingungen“ stehen, die die „Kommunikationssituation“ umgeben, dann wäre auch inhaltlich zu bestimmen, wie dieser Zusammenhang für und durch das Subjekt existiert. Das spricht für die Sinn rekonstruierende Analyseperspektive, für die sich Paus-Hasebrink entschieden hat.

Für die Wirkungsforschung scheint die Komplexität, die gemäß dem oben angegebenen Schema bedacht wird, in ein spannungsvolles Verhältnis zu der Notwendigkeit zu treten, gemäß der partialisierenden Logik einer variablenorientierten Kausalheuristik die Stärke des Zusammenhangs isolierter Einzelgrößen vermessen zu wollen und dabei die Anzahl der berücksichtigten „Kontextvariablen“ beherrschbar halten zu müssen. Aus diesem Widerspruch ergibt sich die Verlaufsform, dass dieselben Größen – Einstellungen, Eigenschaften, Ressourcen u. a. – mal in die Position der abhängigen Variable, mal in die der unabhängigen und beim dritten Mal als intervenierende Variable angesetzt werden. So entsteht ein immer wieder neues Bild von möglichen Zusammenhängen zwischen Eigenschaften von Medieninhalten und Bestimmungen des Subjekts, Zusammenhänge, die stets kontingent sind, wobei die Klärung von Struktur und Kontingenz der Zusammenhänge über den Wechsel der „Designs“ der Studien hinweg notwendigerweise unabgeschlossen bleibt (Weiß 2009: 4–10). Das spricht für den Versuch von Paus-Hasebrink, den inneren Zusammenhang von Lebensform, Orientierungen, Mediengebrauch und Identität auf ganzheitliche Weise beschreibbar zu machen.

2 Die epistemologische Grundlage: „engagierte Sozialforschung“³

Die analytische Perspektive, die Paus-Hasebrink eingenommen und im Laufe ihrer Forschungsarbeit entfaltet hat, wird durch eine im Kern politische Haltung inspiriert.

„Die Studie möchte Aufmerksamkeit für die Belange sozial benachteiligter Kinder und ihren Medienumgang schaffen, um eine Vorlage zur Diskussion von Möglichkeiten und Wegen zu bieten, wie die Bedingungen der sozial benachteiligten Kinder in ihren Familien verbessert werden können, um damit Bedingungen für eine möglichst geglückte (Medien-)Sozialisation für diese Kinder zu schaffen.“ (Paus-Hasebrink/Bichler 2008: 291)

Paus-Hasebrink nimmt zu ihrem Gegenstand nicht nur eine beobachtende, sondern eine dezidiert parteiische Stellung ein. Sie will dazu beitragen, dass Sozialisation „glückt“. Die Wahl dieses Ausgangspunktes ist keine Idiosynkrasie, kein bloß subjektives „Wunschdenken“. Modernen Gesellschaften muss es gelingen, ihre heranwachsenden Mitglieder in ein höchst komplexes Gefüge von Rollen und Positionen einzufügen. Sie lassen den Prozess der Sozialisation daher nicht einfach geschehen. Im öffentlichen Bildungswesen, in der Familien-, Kinder- und Jugendpolitik ist der Notwendigkeit der steuernden Einwirkung auf diesen Prozess Rechnung getragen. Diese Einrichtungen realisieren Formen jener „institutionellen Reflexivität“, mit der moderne freiheitliche Gesellschaften die aus der prinzipiellen Unsteuerbarkeit des sozialen Wandels erwachsenden Risiken zu bewältigen suchen (vgl. Giddens 1997).

Die Pädagogik bildet das Expertensystem, das für die Wissensbasis der Institutionen reflexiver Einwirkung auf den Prozess der Sozialisation nötig und zuständig ist. Das Leitbild der „geglückten Sozialisation“ artikuliert Notwendigkeit und Begrenztheit gesellschaftlicher Steuerung in einem. Denn als Leitbild kündigt es auch die Möglichkeit des Scheiterns also die Abhängigkeit des Gelingens von klärungsbedürftigen Bedingungen an. Diese Bedingungen klären zu helfen, macht Paus-Hasebrink zu ihrem forschungsleitenden Interesse. „Engagiert“ ist ihre Sozialforschung darin, dass sie sie bewusst zum Moment einer gesellschaftlichen Reflexivität macht, vermittels derer das allgemeine Versprechen auf die freie Teilhabe des Einzelnen bzw. der Einzelnen am gesellschaftlichen Leben erst eingelöst werden kann. Paus-Hasebrink betreibt dafür Sozialforschung, weil das normative Leitbild nicht Ersatz, sondern Auftakt für die Suche nach sozialen Gesetzmäßigkeiten ist, die über Erfolg oder Misslingen der Sozialisation entschei-

³ Paus-Hasebrink 2009: 9.

den. Das Leitbild begründet die Art des Fragens, es gibt nicht die Antworten. Es inspiriert eine analytische Perspektive, die für die prägende Bedeutung des lebensweltlichen Kontextes für das Potenzial, das der Mediengebrauch im Sozialisationsprozess hat, sensibilisiert ist. Der normative Ausgangspunkt der Forschung von Paus-Hasebrink setzt eine analytische Bewegung in Kraft, die in der sukzessiven Aneignung von sozialwissenschaftlichen Theorien ihre besondere Stärke entwickelt.

3 Die Entfaltung der Analyseperspektive: von der Sozialphänomenologie zur Praxeologie

Paus-Hasebrink legt ein breites theoretisches Fundament für die Analyse des Umgangs von Kindern und Jugendlichen mit Medien. Sie erschließt soziologische Ansätze für die Mediensozialisationsforschung und in Sonderheit für die Rezeptionsforschung. Den Ausgangspunkt bildet dabei das Bemühen zu verstehen, welche Bedeutung die Rezeption von Medieninhalten für Kinder und Jugendliche hat. Das Anliegen, den subjektiven Sinn des Mediengebrauchs zu rekonstruieren, teilt Paus-Hasebrink mit anderen Kommunikationswissenschaftlerinnen und Kommunikationswissenschaftlern, die sich in ihrer Forschung auf ethnografische Zugänge stützen. Dort findet sich das gleiche Interesse an der Klärung der Rolle des lebensweltlichen Kontextes für die Rezeption. Ien Ang beschreibt den Konsens in den Cultural Studies darüber, dass die Medienrezeption, in Sonderheit „die Tätigkeit, die so oft vereinfacht als ‚Fernsehen‘ beschrieben wird, erst innerhalb des breiter gesteckten kontextuellen Horizonts eines heterogenen und variablen Bereichs häuslicher Handlungsweisen Gestalt annimmt“ (Ang 2006: 63).

„Eben dieser Gedanke der grundsätzlichen Einbettung des Fernsehkonsums (und des Medienkonsums im Allgemeinen) in das Alltagsleben, und damit seiner nicht zu vermindernden Heterogenität und dynamischen Komplexität, ist ein Hauptaspekt in der kulturtheoretisch orientierten Rezeptionsforschung, auch wenn die epistemologischen Auswirkungen dieser Schwerpunktsetzung, die auf eine Art von radikalen Kontextualismus hinauslaufen, in ihrer Bedeutung nicht immer ganz erfasst werden.“ (Ang 2006: 65)

Paus-Hasebrinks Studien, wie diejenigen zum Gebrauch, den Jugendliche von Daily Talks und Daily Soaps machen, erkunden in diesem Sinn die Vielfalt der Funktionen, die die Rezeption für Jugendliche hat und verdichten die Ergebnisse in der Identifikation von typischen Mustern. Der subjektive Gewinn, den die jeweilige Rezeptionspraxis einspielt, wird vor dem Hintergrund der „Herausforderungen“ zum Vorschein gebracht, die die Jugendphase prägen. Dabei wird auch