

klar, dass „media logic“, die Schweigespirale oder Pseudo-Ereignisse nicht nur mit der Produktion politischer Kommunikation zu tun haben. Aber Schulz belässt es nicht bei Querverweisen zu der Stelle, an der das entsprechende Phänomen ein für allemal ausführlich beschrieben würde.

Warum er z. B. die Nutzung politischer Kommunikation ausführlich im zweiten Kapitel („Medienexpansion und Medialisierung der Politik“) behandelt, dann aber auch noch einmal und ausgedehnter in Kapitel 5 („Massenmedien und politisches Engagement“), kann ich mir nur so erklären: Schulz geht zu bescheiden davon aus, dass immer nur Teile seines Buches in der Lehre eingesetzt werden; die müssen dann jeweils für sich stehen. Das aber hätte gerade dieses Lehrbuch nicht verdient.

Klaus Schönbach

Diana Silberman Keller / Zvi Bekerman / Henry A. Giroux / Nicholas C. Burbules (Eds.)

Mirror Images

Popular Culture and Education

New York et al.: Peter Lang, 2008. – 226 S.
(Counterpoints: Studies in the Postmodern Theory of Education; 338)

ISBN 978-1-4331-0230-1

Silberman Keller und ihre Mitherausgeber wollen ein Wissen über Populärkultur mit Wissen über Pädagogik verbinden. Sie gehen davon aus, dass sich Populärkultur und Pädagogik, verstanden als allgemeine kulturelle Phänomene, gegenseitig spiegeln (daher der Titel „Mirror Images“). Was hierbei aufscheint, soll von den Autoren kritisch beobachtet werden.

Der Band gliedert sich in die Einleitung der Herausgeber und zwölf Kapitel von jeweils unterschiedlichen Autoren, die aus verschiedenen Ländern stammen – wenn auch v. a. aus den USA. Jedes Kapitel steht für sich; dabei wird eine Vielfalt theoretischer Sichten eingenommen. Das ist gewollt und schon durch die unterschiedlichen Herkunftsächer bedingt. Es überwiegen Kommunikations- und Erziehungswissenschaften.

Die ersten beiden Kapitel befassen sich mit Spielfilmen. Zuerst geht es in einer eher groben Skizze darum, wie Schule als Institution in Hollywoodfilmen konstruiert wird (Mary M.

Dalton). Dann werden schulische Bildungsaspekte in populären Filmen untersucht, und zwar unter der Perspektive von Rasse oder kultureller Differenz (Gordon Alley-Young). Dies ist einer der wenigen Beiträge, die einen erfahrungswissenschaftlichen Zugang zeigen.

Kap. 3–5 sind von den Herausgebern verfasst; wobei Burbules kein Kapitel beigetragen hat. Giroux beginnt, indem er anhand unterschiedlicher Quellen die Militarisierung des öffentlichen Lebens in den USA zeigt. Dabei spricht er auch von einer Art öffentlicher Pädagogik, die sich der Populärkultur bedient. Bekerman nutzt sein Kapitel zu einer persönlichen Reflexion darüber, wie er sich in den letzten Jahren auf Verbindungen zwischen Populärkultur und Bildungsphilosophie bezogen hat. Mit Bezug auf die Metapher des Spiegelbilds analysiert Silberman Keller zwei Filme: Almodóvars „Bad Education“ und Tarantinos „Kill Bill“. Dabei geht sie besonders auf Schockeffekte ein. Ihre These ist, dass die Filme Hochkultur und normative Bildung in der Populärkultur spiegeln – und umgekehrt.

Die beiden nächsten Kapitel handeln von Videospielen. Gonzalo Frasca analysiert und kritisiert Spiele der Genres „Advergaming“ (Verbindung von Werbung und Videospiel) und politisches Videospiel. Darin, dass sie Techniken der Überzeugung anwenden, sieht er eine Gemeinsamkeit mit Pädagogik. Im Folgenden argumentiert Kurt Squire, dass Videospiele Räume an Möglichkeiten öffnen, in denen Menschen Ideen erkunden können sowie gegenwärtige und zukünftige Identitäten. Das wird am Beispiel einer Community illustriert.

Wie das informelle Lernen von Englisch als zweiter Sprache auf einer Fanfiction-Website vonstatten geht, zeigt Rebecca Ward Black an einer Fallstudie. Fanfiction umfasst Geschichten, die Fans z. B. zu einer Fernsehserie, einem populären Buch oder hier einem Anime (japanischer Zeichentrickfilm) verfassen.

Das nächste Kapitel untersucht und würdigt Hip-Hop, dessen Ursprünge, Ästhetik, Kultur und Lyrik. Mary Stone Hanley diskutiert innewohnende pädagogische Möglichkeiten der Transformation des Bewusstseins von Jugendlichen und Lehrern sowie der sozialen Veränderung.

Es folgt ein Sprung zu Werbung und Mode. Zunächst plädiert Virginia S. Funes dafür, mit Schülern Fernsehwerbung, die Teil ihres populärkulturellen Alltags ist, zu untersuchen.

Schüler sollen ein kritisches Bewusstsein entwickeln, Strategien der Werbung verstehen, Distanz zu eigenen Gewohnheiten der Wahrnehmung gewinnen und eigenes Verhalten analysieren. David Wong und Danah Henriksen setzen an der Faszination von Schülern für Mode und Moden an, um übertragbare Prinzipien für den Unterricht zu gewinnen. Analyisiert werden die Werbekampagne für den iPod und eine erfolgreiche Fernsehshow zu Fragen persönlicher Kleidung und des Stylings.

Auf Geschichtsunterricht bezogen ist das letzte Kapitel. Carlos Antonio Aguirre Rojas unterzieht ihn einer kritischen Reflexion mit Bezug auf ein Modell der Kulturanalyse, das er vor allem vom Historiker und Kulturwissenschaftler Ginzburg entlehnt. Wert legt er dabei besonders auf die Kultur der untergeordneten sozialen Klassen.

Viele der Beiträge zeigen eine Nähe zu den Cultural Studies. Entsprechend heißt es in der Einleitung, für die meisten Autoren seien Pädagogik und Populärtkultur transformative mächtige Medien, die bei den Adressaten Optionen für ein besseres Leben erzeugen. Dies kennzeichnet am besten den Duktus des Bandes.

Die Metapher des Spiegelbildes ist leider nicht wirklich ausgearbeitet. Zwar wird in der Einleitung beansprucht, dass sie leitet. Sie wird aber nur in Silberman Kellers Kapitel entwickelt – in erster Linie mit Bezug auf neuere französische Philosophie (Derrida, Foucault, Merleau-Ponty). Kein anderes Kapitel greift die Metapher nennenswert auf! Es ist deshalb weitgehend ungeklärt, welchen diagnostischen Wert sie hat und was sie zur Theoriebildung für die Medienwissenschaft und die Pädagogik beitragen könnte. Das wäre der eigentlich spannende Punkt gewesen.

So bietet der Band eine Vielfalt, die grundsätzlich interessant ist für Leser, die Anregungen zum Verhältnis von Populärtkultur und Pädagogik suchen. Auch wer sich für bestimmte Medien und Genres interessiert, mag da und dort etwas finden. Insgesamt lassen die Kapitel jedoch an Integration zu wünschen übrig. Das passt zum Foto des Einbandes: viele kleine aufgereihte Spiegel, die aber kein Gesamtbild zu erkennen geben.

Christian Beck

Helena Srbár

Ambivalenzen des Populären

Pan Tau und Co zwischen Ost und West

Konstanz: UVK, 2008. – 399 S.

ISBN 978-3-86764-047-3

In ihrer kürzlich erschienenen Dissertation geht Helena Srbár der Frage nach, warum die vom WDR und dem tschechoslowakischen Staatsfernsehen koproduzierten Serien „Pan Tau“, „Die Besucher“ und „Arabella – Die Märchenbraut“ auf beiden Seiten der Eisernen Vorhangs so erfolgreich waren und noch immer sind. Der Klappentext verspricht die Antwort auf die Frage, welche kulturellen Deutungsmuster in den Serien präsent sind, die sowohl eine unpolitische bis subversive (Bundesrepublik) als auch eine positive, mit dem eigenen kulturellen Erbe (Tschechische Republik) verbundene Lesart zulassen.

Für die Analyse konzipiert Srbár eine Kulturtheorie, die das wissensoziologische Konzept Bergers und Luckmanns mit den Cultural Studies und der Kultursemitotik verbindet. Als Aufhänger ihrer Studie wählt Helena Srbár den offiziellen politischen Diskurs nach 1989, der an demokratische Werte der prä-sowjetischen Ära anknüpfend eine „kulturelle Lücke“ zwischen 1948 und 1989 entwirft. Wie ist trotz „kultureller Lücke“ ein so immenser Erfolg der genannten Serien in der Gegenwart möglich? Sind die als unpolitisch eingestuften (Kinder-)Fernsehserien tatsächlich ideologiefrei? Ausgehend von diesen Fragen macht sie es sich zur Aufgabe, Licht ins Dunkel der vermeintlichen „kulturellen Lücke“ der kommunistischen Ära zu bringen. Konkret fokussiert sie im Aufspüren kultureller Deutungsmuster auf die als Normalisierungsphase bezeichnete Zeit zwischen 1969 und 1989, in der die ausgewählten Serien entstanden.

Bei der Auswahl ihres Analysematerials beschränkt sie sich auf vermeintlich unpolitische, ideologiefreie, phantastische Kinderserien, da ihnen eine höhere Akzeptanz von anderen als den offiziellen Deutungsmustern inhärent zu sein scheint. Die von ihr ausgewählten kulturellen Erzeugnisse werden dabei als Objektivationen von Diskursen verstanden, was insbesondere für Kulturprodukte gilt, die sich an Kinder richten und das besondere Anliegen der moralischen Wertevermittlung verfolgen. Dabei repräsentieren die drei Serien sozialistische