

Interessante Arbeiten von Studierenden

- * **Überblick**
- * **Gibt es Zombies wirklich?**
- * **Mediensozialisation**
- * **Filmanalyse der Eigenproduktion „Outlandish“**

Mediensozialisation - theoretische Überlegungen und Befunde der aktuellen Mediensozialisationsforschung

CHRISTOPH EISEMANN

1 Einleitung

Wenn heute über Sozialisation in der westlichen Gesellschaft geforscht wird, muss der Aspekt der Medien mitgedacht werden. Sie bestimmen zu einem großen Anteil den Alltag vieler Jugendlicher in Deutschland.¹ Dabei nehmen besonders die digitalen Medien eine immer wichtigere Rolle ein. So zählte im Jahr 2006 fast jeder der in Deutschland lebenden Menschen zwischen 12 und 19 Jahren zu den Computernutzern, und auch die Nutzung des Internets gehörte für die meisten von ihnen zum Alltag.² Diese quantitativen Befunde sagen jedoch wenig darüber aus, was im Dreieck von Gesellschaft, Medien und Subjekt³ abläuft. Die Mediensozialisationsforschung versucht, dort genauer hinzusehen – sie beschäftigt sich mit genau diesem Spannungsraum und einige ihrer aktuellen theoretischen Überlegungen und empirischen Befunde sollen im Folgenden aufgezeigt werden. Aufgrund der Komplexität des Themas und der Beteiligung zahlreicher Disziplinen am mediensozialisatorischen Diskurs ist es dabei in diesem Rahmen nicht möglich, alle Autoren und alle Punkte zu besprechen, die derzeit diskutiert werden. Die Auswahl von Aspekten soll dem Leser jedoch einen Einblick in die aktuelle Mediensozialisationstheorie gewähren.

Es geht in Kapitel 2.1 um grundlegende Fragen, die derzeit im wissenschaftlichen Diskurs behandelt werden: Welche Stellung nehmen die Medien im genannten Dreieck ein? Wie geht deren Nutzung vonstatten? Von welchem Konzept des Subjekts geht die Mediensozialisationstheorie aus? Welche Stellung nimmt dieses im Sozialisationsprozess ein? Mit welchen Konzepten von Identität arbeitet die Mediensozialisationstheorie und auf welche Weise findet überhaupt Identitätskonstruktion in der Gesellschaft und mit Medien statt? In Kapitel 2.2 wird der Blick erweitert: Einige Autoren fordern, Mediensozialisation nicht losgelöst von ver-

schiedenen Kontexten zu betrachten. Es geht dabei auch um den Zustand der Gesellschaft und daraus resultierende Anforderungen an den Menschen. Die beiden darauf folgenden Abschnitte 2.3 und 2.4 widmen sich kulturellen und sozialen Problemlagen, auf die derzeit vermehrt mit konstruktiver Kritik hingewiesen wird. Im vorliegenden Text werden aktuelle Fragestellungen der Entwicklung des Menschen in der Gesellschaft mit Medien nachgezeichnet und skizzenhaft wichtige theoretische Überlegungen und empirische Befunde dargestellt.

2 Sozialisation mit Medien

„Der Mensch ist eben zum größten Teil das Ergebnis der Gesellschaft. Von ihr kommt alles, was am besten von uns ist, vor allem alle höheren Formen unserer Tätigkeit.“⁴

In diesem Kapitel soll zunächst in Kürze geklärt werden, was heute als Basis einer Diskussion der Mediensozialisationstheorie unter dem Begriff der Sozialisation verstanden wird. Es werden dann die drei grundlegenden, an der Mediensozialisation beteiligten Elemente näher betrachtet: Medien, das Subjekt und die Gesellschaft als Ort der Identitätskonstruktion. Auf dieser Basis werden Befunde und Ideen angeführt, welche sich en gros mit der Einbettung des Subjekts in seiner Umwelt beschäftigen, und die in der aktuellen Diskussion besonders präsent sind. Zunächst geht es also um die Grundlage der Sozialisationstheorie.

Als ihr Begründer gilt der französische Soziologe und Pädagoge Emile Durkheim (1858/1917).⁵ Von psychoanalytischen und behavioristischen Theorien beeinflusst versteht er unter Sozialisation den Prozess der Vergesellschaftung des Menschen, in dem das zunächst asoziale, triebhafte Individuum gesellschaftsfähig wird.⁶ Die deterministische Vorstellung der einseitigen Anpassung des Individuums an die Gesellschaft weicht heute einer Idee, welche die Wechselseitigkeit und die Optionalität des Sozialisationsprozesses betont.⁷ Aktuell gehen Autoren⁸ von der Konfrontation des Individuums mit einem Spektrum an Werten und Normen aus, die es sich selektiv und passend zu Lebenssituation und Lebensplanung aneignen kann und nicht mehr normativ erlangen muss.⁹ Als Zielperspektive des Prozesses

setzt Klaus Hurrelmann das gesellschaftlich handlungsfähige Subjekt: Es wird der Mensch nur „durch das Leben in der sozialen und physikalischen Umwelt und durch die Prozesse der Auseinandersetzung mit dieser Umwelt zu einem gesellschaftlich handlungsfähigen Subjekt.“¹⁰ Die konstruktivistische Sichtweise der Sozialisationsforschung betont Sozialisation als wechselseitigen Konstruktionsprozess, der gleichzeitig individuelle Entwicklungsprozesse und sozialstrukturelle Interaktionserfahrung einschließt.¹¹ Es findet demnach im Sozialisationsprozess keine einseitige Beeinflussung passiver Subjekte statt, sondern es handelt sich um reziproke Vorgänge der gegenseitigen Veränderung und der Anpassung.¹²

Je nach Verortung der Autoren werden Ideen der Persönlichkeits-, Lern- und Entwicklungstheorien psychologischer Tradition mit system-, handlungs- und gesellschaftstheoretischen Überlegungen der Soziologie verknüpft. Hinzu kommen bezüglich der Medien Aspekte der Medienpädagogik und der Medien- und Kommunikationswissenschaften.

In der Diskussion um die beeinflussenden Elemente in der Sozialisation wurde Ende der 1990er Jahre in Deutschland eine Debatte um den Begriff der Selbstsozialisation geführt, in dem die Eigenleistung des Individuums im Sozialisationsprozess stark hervorgehoben und dem Subjekt eine maßgebliche Rolle beim Erwerb gesellschaftlicher Handlungskompetenz zugeschrieben wird. Damit gehe eine Entpädagogisierung einher, zu der auch die Medien beitragen.¹³ Horst Niesyto weist darauf hin, dass der Begriff der Sozialisation schon immer beide Seiten, selbst und fremd, umfasst und dass durch die begriffliche Dichotomie die Existenz einer Form der Sozialisation suggeriert werde, an der das Selbst nicht beteiligt ist.¹⁴ Dies werde allerdings der tatsächlichen Komplexität und Verwobenheit von Sozialisationsangeboten und symbolischen Verarbeitungsformen nicht gerecht. Es wird im Konzept der Selbstsozialisation von einer starken Unabhängigkeit und Wahlfähigkeit der Individuen ausgegangen. Doch es stellt sich die Frage, inwiefern dies in einer Gesellschaft gilt, in der die Ressourcen, von denen diese Attribute abhängen, nicht gleich verteilt sind.¹⁵ Horst Niesyto weist explizit darauf hin, dass ein zu starker Fokus auf dieses Konzept, und damit ein Ausblenden von Problemlagen der Medienaneignung, affirmativ wirken kann.¹⁶ Heute wird in der Regel von einem Nebeneinander fremd- und selbstsozialisatorischer Elemente ausgegangen: Menschen entwickeln ihre Handlungsfähigkeit demnach „im Wechselspiel zwischen intentionaler und nicht intentionaler Einflussnahme von Außen und inneren Aneignungsprozessen“.¹⁷ Nach Dieter Geulen umfasst Sozialisation „die Gesamtheit aller Prozesse der Persönlichkeitsgenese, in denen Umweltbedingungen relevant sind, bzw. die Gesamtheit aller entsprechenden Lernprozesse, gleichgültig ob diese bewusst oder von irgend-

wem gewünscht oder geplant sind, ob andere direkt daran beteiligt sind, oder nicht.“¹⁸

2.1 Elemente der Mediensozialisation

Sozialisation findet im Dreieck von Gesellschaft, Medien und Subjekt statt.¹⁹ Um diese Elemente soll es im Folgenden gehen. Die aktuellen theoretischen Überlegungen zur Mediensozialisation, meistens interaktionistischen oder sozialkonstruktivistischen Ursprungs,²⁰ unterscheiden sich bezüglich des Blickpunktes, von dem aus sie ihren Erklärungsansatz vornehmen. Die Medienwissenschaften nehmen (wenn sie sich überhaupt der Frage annehmen) einen eher medienzentralistischen Standpunkt ein, während Pädagogen wie beispielsweise Karsten Fritz, Stephan Sting und Ralf Vollbrecht eher nach der institutionellen Seite der Sozialisation fragen.²¹

Ein Großteil der Autoren geht stark von der Subjekt-Perspektive aus und betont die Notwendigkeit der Einbeziehung gesellschaftlicher Aspekte und der spezifischen Lebenslagen in die Mediensozialisationstheorie.²²

Bei der Rezeption der wissenschaftlichen Ergebnisse ist zu beachten, dass – wie immer in der Wissenschaft – die Blickwinkel der Autoren auch vom Standpunkt der jeweils eigenen Verortung eingenommen werden. Einerseits natürlich als Zugehörige der verschiedenen Forschungsrichtungen, andererseits aber auch von der Warte von Forschern in Institutionen, die einen bestimmten Platz im gesellschaftspolitischen System einnehmen und/oder einem Element der Medienlandschaft nahe stehen. Da zwischen diesen unterschiedlichen Positionen ein lebhafter und offener Dialog geführt wird, wirkt diese Situation aber durchaus bereichernd und diskursfördernd.

2.1.1 Medien in der Sozialisationstheorie

Im Prozess der Sozialisation spielt Kommunikation eine entscheidende Rolle²³ – nicht nur zwischen den einzelnen Individuen, sondern zwischen allen Elementen der postmodernen Gesellschaft, in der Kommunikation wiederum häufig medienvermittelt stattfindet.

„Der Mensch ist dadurch charakterisiert, dass er – als einziges Wesen – über hoch komplexe Kommunikationsformen verfügt, aber auch darauf angewiesen ist. Kommunikation [sic!] für ihn als Individuum wie für seine Gattung insgesamt grundlegend und unverzichtbar. Kommunikation ist deshalb [...] Basisbegriff jeder Wissenschaft vom Menschen, soweit sie ihn nicht nur als Tier behandelt [...] Medien sind mit Kommunikation untrennbar verbunden, sie dienen der Modifizierung von Kommunikation, oft um in veränderten Bedingungen Kommunikation zu ermöglichen, aber auch, um andere Kommunikationsbedingungen zu schaffen.“²⁴

Trotz eindeutiger empirischer Befunde beschäftigten sich lange Zeit nur wenige Forschungsrichtungen explizit mit der Sozialisation mit Me-

dien.²⁵ Unter jenen Wissenschaftlern besteht jedoch Einigkeit darüber, dass die Medien bezüglich ihrer Sozialisationsfunktion eine immer wichtigere Rolle spielen; bezüglich der sozialen, kulturellen, politischen und auf Werte bezogenen Orientierung, bezüglich der Ausbildung einer Meinung, des Weltbildes und der Entwicklung von Selbst-, Sozial- und Sachkompetenzen sowie im Alltag zur Stimmungsregulierung, Alltagsflucht (Escapismus) und zur Zeitregulierung.²⁶ Eine entscheidende Rolle insbesondere deshalb, weil den Medien neben sportlichen Aktivitäten ein hoher Stellenwert in der Freizeitgestaltung zukommt.²⁷ Heinz Moser betont zudem die Wichtigkeit, besonders der vernetzten, digitalen Medien in aktiven Lernprozessen in einem „Mix von ‚real life‘ und Virtualität.“²⁸ Die Autoren positionieren sich allerdings unterschiedlich, wenn es um die theoretische Verortung der Medien in Sozialisationsmodellen und um das Maß deren Einflusses im Sozialisationsprozess geht.

Grundlegend ist dabei zunächst die Begrifflichkeit der Realität. Heinz Moser positioniert sich gegen die postularische Trennung von Alltagsrealität und Medienrealität, mit der häufig die Befürchtung einhergeht, dass Medien Kinder und Jugendliche ihrem Alltag entfremdeten.²⁹ Im Sinne des Konstruktivismus und in Anlehnung an Niklas Luhmann betont er, dass auch der Alltag „Resultat von Prozessen der Wirklichkeitskonstruktion“³⁰ sei, die in Beteiligung verschiedener Sozialsysteme (Politik, Recht, Wissenschaft, Religion, Kunst usw.) stattfänden, zu denen zunehmend auch die Medien gehörten. Er fordert deshalb zum einen eine Ergänzung medienpädagogischer Konzepte, über jene traditionellen Ansätze hinaus, welche von einer strikten Trennung primärer Realitätserfahrung und medialer Scheinwelt beruhen und weist auf kognitive und kreative Anregung der Subjekte beim Medienkonsum hin.

„Weil jeder Mensch von Geburt an in eine Informations- und Mediengesellschaft hineinwächst, wo sich die Sphären des Medialen und des Nicht-medialen immer stärker gegenseitig durchdringen, sind Erziehungs- und Sozialisationsprozesse immer weniger ohne Bezug auf medial vermitteltes Verhalten zu denken.“³¹

Zur Verortung der Medien im Alltag weist Klaus Hurrelmann in seinem Modell den Medien vor wenigen Jahren als tertiäre Sozialisationsinstanzen – neben den primären Sozialisationsinstanzen wie Familie und Freunden und sekundären Sozialisationsinstanzen wie Bildungseinrichtungen – noch eine Nebenrolle im Sozialisationsprozess zu.³² Daniel Süß kommt in seiner empirischen Studie zur Mediensozialisation von Kindern und Jugendlichen zu dem abweichenden Ergebnis, dass diese Verortung nicht mehr zutrifft, dass Medien hingegen als „Bestandteil aller sozialökologischer Zonen und

Begleiter aller Situationen des Alltags“³³ auch in die Bereiche der von Klaus Hurrelmann angeführten primären Instanzen eindringen.³⁴ Auch die Jugendsoziologin Dagmar Hoffmann schlägt die Erweiterung des Begriffs der Sozialisationsinstanz vor und rückt Medien in ihrer Relevanz im Sozialisationsprozess näher an Eltern, Peer Group und Schule.³⁵ Dies entspricht heute auch dem am meisten verbreiteten Verständnis der Sozialisationsfunktion von Medien. Gegen die Positionierung von Medien als Sozialisationsinstanz, namentlich in einem Text der Autoren Karsten Fritz, Stephan Sting und Ralf Vollbrecht,³⁶ wendet sich allerdings Ben Bachmair, der eine Perspektive vermeiden will, welche die Medien zu sehr in den Mittelpunkt stellt und die das Subjekt nach seinem Verständnis zu passiv denkt.³⁷ Er verfiert eine Betrachtung der Medien als Alltagsobjekte und, in Anlehnung an Norbert Elias und Raymond Williams, als kulturelle Figurationen („cultural form“³⁸), also als Interdependenzgeflechte und verwoben in verschiedene Ausprägungen der Kultur und deren typische Familienformen, Konsumgewohnheiten und Formen der Massenkommunikation.³⁹ In Anlehnung an Klaus Hurrelmann formuliert Ben Bachmair ein Basismodell der Sozialisation, in dem die Medien in die Beziehung von Kindern und Jugendlichen zu sich selbst, zu anderen, zur Welt der Dinge und Ereignisse und zur Welt der Kultur eingehen.⁴⁰ Dabei trennt er die beiden Betrachtungsweisen – einmal von Mediensozialisation in der kulturellen Figuration, einmal als Alltagshandlung – nicht im Sinne einer Mikro- und einer Makrosicht, sondern er unterstreicht, dass sich Mediensozialisation immer „in der Handlungsbeziehung eines Menschen mit einem Medium oder einem Medien-Set innerhalb einer spezifischen kulturellen Figuration [ereignet]“⁴¹

Lothar Mikos stellt in einem Aufsatz aus dem Jahr 2007 die Sinnhaftigkeit einer eigenen Theorie der Mediensozialisation in Frage. Er befürchtet, dass diese aufgrund kulturpessimistischer Ängste einen zu starken Fokus auf die Medien richte, die er auch nicht als Sozialisationsinstanz verorten möchte, sondern ihnen noch recht vage eine Rolle in den Wechselbeziehungen mit den ‚anderen‘ Sozialisationsinstanzen zuschreibt, aus denen er sie eigentlich ausgeschlossen sehen möchte. Er spricht sich für die Erforschung der medialen und sozialen Sozialisation von Kindern und Jugendlichen im Alltag aus, vor dem Hintergrund einer noch weiter auszuarbeitenden Theorie der Mediatisierung der Gesellschaft, wie sie Friedrich Krotz entwirft.⁴²

Die vorherrschende Verortung der Medien im wissenschaftlichen Diskurs der Mediensozialisation ist aber jene von Medien als Sozialisationsinstanz. Dabei wird aber mehr oder weniger auch Lothar Mikos‘ Anspruch auf eine starke Beachtung der anderen Sozialisationsinstanzen Rechnung getragen, indem Medienhandeln zuneh-

ment in Bezug zum Alltag der Akteure gesetzt wird, und indem die Autoren zunehmend die biographische, historische und lebensweltliche Einbettung und die spezifische Lebenslage der Sozialisanden einbeziehen.⁴³ Und dabei scheint es weniger um den Anspruch einer allumfassenden Theorie zu gehen, die Medien als Mittelpunkt der Sozialisation in ihrem Zentrum installiert, als um eine Theorie, welche eben die Wechselwirkungen erklärt, die in diesem allgemeinen Sozialisationsprozess im Dreieck von Gesellschaft, Medien und Subjekt stattfinden.

2.1.2 Das Konzept des Subjekts

Vorweg soll erwähnt sein, dass das Subjekt als „Basiskategorie sozialwissenschaftlicher Theoriebildung“⁴⁴ angesichts eines ausgeprägten gesellschaftlichen Wandels, dem „Übergang zur Postmoderne“, derzeit auf dem Prüfstand steht. Es findet, besonders in der Soziologie und in der Sozialpsychologie, eine Diskussion um die Gültigkeit gängiger Subjekttheorien statt, die sich im Sammelband der Herausgeber Heiner Keupp und Joachim Hohl nachvollziehen lässt.⁴⁵ Im Folgenden wird kurz auf einige Überlegungen zum Subjekt in seiner Beziehung zu Medien in der Mediensozialisationstheorie eingegangen, welche diese jüngst proklamierte „Krise des Subjekts“⁴⁶ nicht in den Mittelpunkt stellen.

Für Ben Bachmair sind Selbstverwirklichung und individuelle Verantwortung heute die Schlagworte zur Charakterisierung des Menschen, den er als Subjekt denkt.⁴⁷ Er stellt die Frage nach der Art und Weise, nach der Menschen in der kulturellen Welt leben und diese zugleich herstellen und stellt das Subjekt dabei ins Zentrum seiner Überlegungen.⁴⁸ Auch Helga Theunert und Bernd Schorb vertreten die interaktionistisch geprägte Auffassung, dass das Individuum zeitlebens in einer interaktiven und reziproken Beziehung zu seiner Umwelt steht, und wenden sich gegen die ältere, funktionalistische Idee der Einpassung des Individuums in die Gesellschaft und der Anpassung an ein bestehendes Werte- und Normensystem.⁴⁹ Damit negieren sie eine Auffassung von Medien als einseitige und isolierte Einflussfaktoren auf ein passives Individuum. Zugleich weisen die Autoren aber auch das Konzept eines Individuums ab, das sich weitestgehend aus sich selbst heraus sozialisiert.⁵⁰ Zieldimension der Sozialisation ist dahingegen das „gesellschaftlich handlungsfähige Subjekt“⁵¹, das – im Sinne Hurrelmanns – produktiv realitätsverarbeitend sowohl am Sozialisationsprozess als auch am Prozess der Medienaneignung beteiligt ist.⁵² Das Subjekt verarbeitet folglich auch Medieninhalte aktiv, wobei stets gilt, dass solches Medienhandeln auch vor dem Hintergrund eines Werteverständnisses stattfindet, welches wiederum maßgeblich von den Medien beeinflusst ist.⁵³ Horst Niesyto, der das Postulat des autonomen Subjekts, welches zur Selbststeuerung, Selbstverortung, Wahlfreiheit etc. fähig ist, als Zieldimen-

sion voll anerkennt, warnt jedoch davor zu übersehen, dass die produktiv die Realität verarbeitenden Subjekte unter sehr unterschiedlichen Voraussetzungen agieren und dass die jeweils zur Verfügung stehenden Ressourcen starken Einfluss auf die Identitätsbildungsprozesse haben.⁵⁴ Auch Daniel Süß betont den starken Einfluss gesellschaftlicher Vorgaben im Sozialisationsverlauf.⁵⁵ Zugleich hebt er die Abhängigkeit des Zugangs zur Medienwelt von der sozialen Lage der Familie und der sozialen Mobilität der Gesellschaft hervor. Süß erkennt, dass trotz einer Vielzahl von Angeboten den Sozialisanden aufgrund eines hohen Konsumdrucks, den sowohl selbst gewählte Gruppen als auch fremdbestimmte Gemeinschaften ausüben, individuelle Selbstbestimmung bei der Hinwendung zu Medien stark eingeschränkt ist. Insofern warnt auch er vor einer zu starken Fokussierung auf die selbstsozialisatorischen Anteile und Potentiale. Es gilt aber auch im Sinne dieser beiden Autoren festzuhalten, dass sich die Mediensozialisationsforschung heute nicht mehr mit einem „hilflosen Medienopfer“ konfrontiert sieht, sondern mit Individuen, denen Bewältigungsstrategien zur Verfügung stehen, die es allerdings gezielt zu fördern gilt (Stichwort „Medienkompetenz“⁵⁶).

2.1.3 Identitätskonstruktion in der Mediengesellschaft

Nimmt man – wie oben beschrieben – an, dass neben fremd- auch selbstsozialisatorische Impulse maßgeblich für die Sozialisation verantwortlich sind, dann erscheint die Idee von Karsten Fritz, Stephan Sting und Ralf Vollbrecht plausibel, dass Medien, mehr als das elterliche oder schulische Umfeld, zu selbstsozialisatorischen Akten anregen können.⁵⁷ Neuere Studien zeigen, dass Medien als „Steinbruch“⁵⁸ für die Auseinandersetzung mit Normen, Werten und Rollen verwendet werden und Raum zur Identitätskonstruktion bieten.⁵⁹ Besonders das Internet dient als Bühne zum Ausprobieren von und zum Hineinversetzen in Rollen („Role Taking“⁶⁰). Hier findet symbolisches Probehandeln statt, und es werden Beziehungsformen ausprobiert, die über die parasozialen Möglichkeiten der Interaktion, beispielsweise im Fernsehen, hinausgehen. Diese Praktiken werden in Zusammenhang mit sozialpsychologisch erforschten Phänomenen wie Patchwork-Identitäten⁶¹ und hybriden Identitäten gebracht, die mit den aktuellen gesellschaftlichen Veränderungen einhergehen.⁶²

Die Modelle von Peter Gross und Heiner Keupp sprechen den patchworkartigen, situativen Konzepten kohärente Elemente zu und betrachten Identität dennoch nicht als einen Guss, sondern als aus Teilen zusammengesetzt, außerdem nicht als zu erreichende Entwicklungsstufe, sondern prozessual.⁶³

Dem stehen multiple Identitätsentwürfe entge-

gen, die von einer Entkernung des Individuums und einer Vielzahl von Selbsten innerhalb einer Person ausgehen.⁶⁴ Sherry Turkle entwirft das Konzept der Multiplizität der Subjektstruktur.⁶⁵ Die Sozialpsychologin sieht Rollenexperimente als wichtiges Moment jugendlicher Identitätsarbeit an. Da in der allgemeinen Kultur hierfür kein Platz mehr sei, würden diese laut Turkle in die Virtualität verlagert. Das Internet dient demnach als Probestühne für die schnell wechselnden Rollenansprüche des postmodernen Pluralismus. In den multiplen Ansätzen (auch von Franzosen wie Deleuze und Guattari)⁶⁶ wird von der Auflösung des Selbst in der Postmoderne ausgegangen.⁶⁷ Die Identitäten der Postmoderne sind laut Turkle mehrschichtig, nicht festlegbar, und sie bestehen aus vielen Teil-Identitäten. Im Rahmen multipler Entwürfe nimmt die experimentelle Selbstdarstellung im Internet eine wichtige Position ein.⁶⁸ Im folgenden werden kurz Befunde zweier deutscher Forscherinnen skizziert, die sich in ihrer Arbeit dem Internet widmen.

Die Soziologin Sabina Misoch will in ihrer Dissertation erkennen, ob das Internet tatsächlich im Sinne multipler Identitätsarbeit für das Ausleben experimenteller Identitätsentwürfe genutzt wird.⁶⁹ Es müssten sich dann experimentelle (also nicht authentische) Identitätsentwürfe auf privaten Homepages nachweisen lassen.⁷⁰ Die Autorin zeigt, dass sich die These von Sherry Turkle in Bezug auf private Homepages nicht halten lässt.⁷¹ Nicht die experimentelle, sondern die die authentische Selbstdarstellung auf privaten Homepages überwiegt in ihrer Untersuchung.

„Die im Rahmen privater WWW-Seiten dargestellten Identitäten sind keine Fantasieprodukte, Identitätssimulationen oder spielerisch-experimentelle Selbstentwürfe, sondern stellen nach den Selbstaussagen der Respondanten den Versuch dar, das eigene Selbst mit den Mitteln der neuesten Technik (multimedial) möglichst authentisch zu präsentieren.“⁷²

Sie geht von nicht mehr als 15-20 % von Befragten aus, die ihre Homepage zur spielerisch-experimentellen Selbstdarstellung nutzen. Allerdings erkennt sie dort einen Zusammenhang zwischen experimenteller Selbstdarstellung und empfundenen Einsamkeit, mangelndem sozialen Status, mangelnder Anerkennung und Integration.⁷³

„Das Präsentieren experimentell-neuer Identitäten auf privaten Homepages wird aufgrund der Datenlage nicht im Sinne postmoderner Identitätsarbeit und evtl. Multiplizierung von Identität interpretiert, sondern als Verhaltensmodus, der im Zusammenhang mit persönlichkeitsrelevanten Merkmalen wie häufigen Einsamkeitsgefühlen, fehlender sozialer Anerkennung, Inflexibilität und dem Gefühl der Einflusslosigkeit steht.“⁷⁴

Selbstdarstellung auf eigenen Seiten sei leicht kontrollierbar, biete Konstanz und trage so zur Stabilisierung der Identität bei. Es handle sich

nach Misoch nicht, wie Sheryl Turkle vermutet, um Ausdruck der Multiplizität, sondern um den Versuch, flexible und vielseitige Identitäten multimedial zu vermitteln.⁷⁵

Mechthild Maczewski (Kinder- und Jugendforscherin und Sozialpädagogin) hat jugendliche Internetnutzer untersucht, die im Internet, beispielsweise als Chathost oder als Mitarbeiter an Online-Zeitschriften, aktiv verantwortliche Positionen übernehmen.⁷⁶ Dabei geht es ihr vornehmlich um die Frage, ob im Vergleich zur Offline-Welt verschobene Parameter im Cyberspace den Jugendlichen ein stärkeres Selbstbewusstsein vermitteln.⁷⁷ Maczewski geht davon aus, dass sich Identitätsentwicklung von Jugendlichen im Zwischenspiel von Online- und Onground-Erfahrungen abspielt, in vernetzten Online- und Onground-Räumen. In ihrer virtuell ethnographischen Studie beobachtete und interviewte sie acht Personen zwischen 13 und 19 Jahren (fünf Mädchen und drei Jungen). Die Autorin stellt fest, dass – im Gegensatz zur Offline-Welt – im Internet nicht Status, Alter und äußere Merkmale und Strukturen die Machtverhältnisse beeinflussen, sondern schriftliches Ausdrucksvermögen, Selbstvertrauen, und Softwarekenntnisse.⁷⁸ Klassische Machtverhältnisse behinderten weniger die Entfaltung der Identität im Internet. Auch physikalische Merkmale hätten aufgrund der Schriftlichkeit wenig Bedeutung. (Interessant wird es sein, zu prüfen, wie es sich diesbezüglich mit neueren Praktiken der audio-visuellen Kommunikation verhält.) Die Autorin erkennt, dass Menschen im Internet aufgrund der Freiheit von Beschränkungen, die in der Onground-Welt bestehen, ihre Identität freier entwickeln und positive Erfahrungen für ihr Selbstbewusstsein machen können. So erleben sie beispielsweise positive Erfahrungen der Handlungsfähigkeit, was zu einer Stärkung des Selbstbewusstseins führen könnte.⁷⁹ Maczewski betrachtet den Cyberspace als kulturellen Raum, der allerdings keine alternative Realität darstellt, sondern mit der Onground-Welt in Verbindung steht.⁸⁰ Im Sinne Turkles⁸¹ bezeichnet sie das Internet als bedeutendes Experimentier-Labor, indem ein gefahrloses Erkunden des Selbst möglich sei – ohne das Risiko großer Verletzbarkeit.⁸² Auf diese Weise könnten auch Minderwertigkeitsgefühle überwunden werden und insofern biete das Internet wichtige Möglichkeiten zur Konstruktion der Identität, besonders wenn die Bedingungen in der Onground-Welt nicht optimal sind und so Defizite kompensiert werden könnten.

2.2 Einbettung des Sozialisationsprozesses

Mit dem Bewusstsein, dass Sozialisation ein komplexer Prozess ist, wird in der aktuellen Mediensozialisationsforschung von den meisten Autoren gefordert, Mediensozialisation in einem weiteren Kontext zu erfassen und die individuelle, die soziale, die gesellschaftliche und die

historische Einbettung der Individuen zu beachten, sowie die Erwartungshaltung, mit der sich Subjekte den Medien zuwenden.⁸³ Vor diesem Hintergrund wird deutlich, dass eine reine Analyse der Medieninhalte zu kurz greift, wenn es um differenzierte Aussagen über die Mediensozialisation geht.

2.2.1 Gesellschaftlicher Wandel

„Sozialisation (durch Massenmedien) findet statt und ist nur erklärbar im historisch-gesellschaftlichen Kontext. Damit ist Sozialisation kein einseitiger Akt der Beeinflussung, sondern ein Prozess, in dem eine gesellschaftlich produzierte Umwelt die Individuen sowohl formt als auch von diesen geformt wird.“⁸⁴

Unsere Gesellschaft befindet sich im Begriff eines starken, sozialen und kulturellen Wandels, den Friedrich Krotz auch in der Veränderung von Medien und Kommunikation begründet sieht.⁸⁵ Um diesen Wandel, der für ihn nicht strukturell oder systemisch beschreibbar ist, empirisch fassen zu können, führt er den Begriff der „Mediatisierung“ als zeitlich und räumlich unbegrenzten „Metaprozess“ ein.⁸⁶ Die Folgen dieses Metaprozesses berührten das Individuum in Alltag, Identität, Beziehungen, Kultur und Gesellschaft.⁸⁷ Tatsächlich wird seit mehreren Jahren eine Tendenz zur Individualisierung, Pluralisierung und Fragmentierung der Gesellschaft festgestellt (für die aber bisher meist der Begriff des gesellschaftlichen Wandels verwendet wird) – Umbrüche, die wiederum strategische Anpassungen des Individuums erfordern und zu verschiedenen Sozialisationseffekten führen, welche die Identitätsentwicklung vorantreiben.⁸⁸ Eine stärkere Beachtung dieser Veränderungen forderten beispielsweise Dagmar Hoffmann und Hans Merkmans ausdrücklich vor drei Jahren.⁸⁹ Der damals bemängelten, perspektivischen Verengung wird heute immerhin in den deduktiven Modellen der Autoren Rechnung getragen, wobei nach wie vor empirischer Forschungsbedarf als Basis für weitere Theoriemodelle besteht.

Hinsichtlich der politischen Dimension erkennt Daniel Süß (in der schweizerischen Gesellschaft) einen Trend zur Liberalisierung der Gesetzgebung, auch der Mediengesetze, und allgemeinen Politikverdrossen.⁹⁰ Bezüglich der wirtschaftlichen Lage in der zunehmend globalisierten Welt beobachtet er eine Flexibilisierung der Arbeitsbedingungen,⁹¹ und in der Pädagogik erkennt er eine Tendenz von autoritären hin zu partnerschaftlichen Beziehungen und zu einer Professionalisierung der Betreuung von Kindern, außerdem zu erhöhtem Leistungsdruck. Im kulturellen Bereich weist er auf eine Vervielfachung des Angebots hin, das aber mit Mainstreaming und einer Aufsplitterung der Fankulturen und der sozialen Milieus einhergeht, ebenso wie mit der Tendenz zur Kommerzialisierung. Ben Bachmair sieht Medien, Mediennutzungsmuster, Situationen und Handlungs- und Erlebnisweisen in neu entste-

henden symbolischen Welten in einer Einheit verschmelzen und Medien und Lebensstile sich gegenseitig durchdringen.⁹² Auch er macht auf die Verarmung der Vielfalt an Symbolmaterial aufmerksam, die trotz der Individualisierung stattfindet.

Beim Blick auf die Medienproduktion sieht Horst Niesyto „problematische Formen der Aufmerksamkeitsregung“⁹³ und „gezielte Veroberflächlichung von Wahrnehmung“⁹⁴. Er fordert eine offene, aber kritische Auseinandersetzung mit diesen Aspekten. In Zusammenhang mit den technologischen und medienkulturellen Entwicklungen weist er auf eine Verschärfung von kommunikationskulturellen Problemlagen hin, deren Auswirkungen auf Medienaneignung unter Berücksichtigung des Lebensalters und des soziokulturellen Milieus er als Desiderat markiert.⁹⁵ Bezüglich der allgemeinen Sozialisationsituation erkennt Horst Niesyto eine Zunahme von möglichen Optionen für die Individuen bei zugleich begrenzten Ressourcen, was in der Gesellschaft zu „Hektik und Unrast“ und einem „Dauergefühl des Zu-Kurz-Gekommen-Seins“ führe.⁹⁶

2.2.2 Mediensozialisation im Zeitverlauf

Helga Theunert und Ulrike Wagner betonen die Relevanz der Einbettung von Überlegungen zur Sozialisation in den historischen Kontext, wie sie bereits in den 1980er Jahren vorgenommen worden war.⁹⁷ Es wird von zahlreichen Autoren ein Mangel an empirischen Längsschnittstudien geäußert, was deutlich macht, dass diesbezüglich in Deutschland offensichtlich strukturelle Schwierigkeiten im Bereich der Forschung bestehen.⁹⁸

Auf der Grundlage seiner empirischen Forschung gelingt Daniel Süß (auf der Basis von schweizerischen Daten) die Beschreibung dreier Generationsgestalten für den Geburtszeitraum zwischen 1959 und 1990, womit erstmal der Fokus auf Medien in den Lebensstilen gelegt wird.⁹⁹ Er unterscheidet die polarisierte Generation (geboren 1960-70), die eine Kindheit „zwischen Konsumlust und alternativem Ausbruch aus der Wohlstandsgesellschaft“¹⁰⁰ erlebte und die bezüglich der Medien vom Fernsehen geprägt war. Die Sophisticated Generation (geboren 1970-80) wuchs in einer Welt auf, in welcher der Medienzugang liberaler wurde und die anfangs zahlreichen, medienpädagogischen Angebote mehr und mehr dem Markt der Unterhaltung wichen. Der Personal Computer wurde als faszinierendes neues Medium erlebt, verlangte aber Programmierkenntnisse. Die Net Generation (geboren 1980-1990) nutzt seit der Kindheit Medien selbstverständlich und ist dabei immer weniger an feste Medienzeiten gebunden. Mobilität nimmt mit und dank der Medien zu, verbunden mit den positiven und negativen Effekten ständiger Erreichbarkeit. Stichworte sind die Individualisierung der Mediennutzung und

das Patchworking in den Medienkulturen. Es regen sich Bedenken bezüglich unkontrollierter, jugendgefährdender Nutzungsweisen und Inhalte. Bezüglich dieser drei Typen zeigen sich sowohl Konstanten als auch Veränderungen der Mediennutzung, die kontinuierlich oder sprunghaft auftreten. Damit erscheint, je nach Blickwinkel, sowohl eine Betrachtung nach einem Modell des konstanten Wandels als auch eine Herangehensweise, die sich an den Generationsgestalten orientiert, nützlich, um verschiedene Aspekte und Orte des Wandels zu betrachten.

In welcher Welt leben wir heute? Welche Besonderheiten kommen ihr bezüglich der Medien zu? In der Mediensozialisierungstheorie muss man sich diese Fragen stellen und im folgenden Kapitel werden verschiedene Antwortversuche dargestellt.

2.2.3 Zur Konvergenz der Medienwelt

Spätestens seit Veröffentlichung des Konvergenz-Grünbuchs der Europäischen Union im Jahre 1997 hat der Begriff der Konvergenz der Medien Konjunktur.¹⁰¹ Er ist aber bis heute nur unscharf definiert; Uwe Hasebrink, Lothar Mikos und Elizabeth Prommer erkennen als definitorische Gemeinsamkeit am ehesten den technischen Aspekt der verschwimmenden Grenzen zwischen Medien- und Kommunikationsbereichen in Produktion, Diffusion und Endgeräten.¹⁰² Allerdings sei auch die Rede von „Konvergenz der Unternehmen, der Angebote, der Regulierung und der Nutzung“¹⁰³. Häufig werde unter diesem Begriff diskutiert, was eher dem Begriff Crossmedia zuzuordnen sei. Die Autoren sehen seine Verwendung allerdings dann gerechtfertigt, wenn ein innovativer Aspekt bezüglich des Angebots erkennbar ist, wenn die Funktionen der einzelnen Angebote nicht mehr klar unterscheidbar sind.¹⁰⁴

Die Komplexität der konvergenten Medienwelt stellt die Wissenschaft vor große Herausforderungen der Erfassung und Beschreibung des Phänomens. Uwe Hasebrink entwirft derzeit einen methodischen Vorschlag zur Forschung in diesem unübersichtlichen Bereich, mit dem er der begrifflichen Unklarheit der Medienkonvergenz begegnen will: Angesichts zunehmender Konvergenz, in der Medienanwendungen von bestimmten Geräten entkoppelt werden und vom Forscher in ihrem Charakter nicht mehr als solche auszumachen sind, rät er zum Einnehmen der Nutzerperspektive. Er möchte die Differenzierung von Medienanwendungen ermöglichen, indem er die Funktionszuweisung durch die Nutzer aufnimmt.¹⁰⁵ Dazu führt er die Dualität der Begriffe Kommunikationsdienst und Kommunikationsmodus ein. Der Kommunikationsdienst bezeichnet bei Uwe Hasebrink die Auslegung auf eine bestimmte kommunikative Funktion, die durch mehrere Merkmale (technisch, ökonomisch, inhaltlich, dramaturgisch-ästhetisch) ver-

deutlicht wird. Distributions- und Produktionsaspekte stehen eher im Hintergrund, der Begriff ist anwendungsorientiert. Im Gegensatz zum häufig verwendeten Begriff des Medienangebots schließt der Begriff des Kommunikationsdienstes besser Bereiche der Individual- und Telekommunikation ein. Als Kommunikationsmodus bezeichnet Uwe Hasebrink ein spezielles Muster, einen Zustand aus Erwartungen und Handlungsweisen, die der Realisierung einer bestimmten kommunikativen Funktion dienen, es geht also um die Art und Weise des Umgangs mit einem Kommunikationsdienst. Zu jedem Zeitpunkt trete jeweils nur ein Kommunikationsmodus auf. Funktion und Wirkung eines Kommunikationsdienstes hängen vom Modus ab, mit dem ihm begegnet wird. Als Merkmale für Kommunikationsmodi schlägt Uwe Hasebrink folgende Dimensionen vor:

- die Kommunikationsstruktur (wer zu wem),
- die Verfügbarkeit (push- oder pull-Service),
- den Interaktivitätsgrad (Grad der Selektions- und Modifikationsmöglichkeiten und der (Nicht-)Linearität),
- die Vorstellung vom Publikum,
- die Aktualität,
- die Relevanz (relevant für wen? Zuschreibung gesellschaftlicher, kultureller oder alltagspraktischer Relevanz?),
- die Intensität der Rezeption und
- die gesuchten Gratifikationen.

Für die zukünftige Klassifizierung von Medien und Mediennutzung formuliert Uwe Hasebrink das Desiderat der Identifizierung von Kommunikationsmodi zur klaren Unterscheidung der Arten des Mediengebrauchs und zum Verständnis von Medienhandeln.¹⁰⁶ Besonders vor dem Hintergrund seiner methodischen Vorschläge (teilnehmende Beobachtung und Methode des Lauten Denkens) erscheint es wichtig, in der Empirie sehr kritisch zu prüfen, ob die geforderte, klare Trennung der Modi funktioniert, beispielsweise bei einem Nutzer, der während des Schreibens einer E-Mail mehrere Programme und Chat-Fenster am Computer geöffnet hat, auf die er immer wieder zugreift (bzw. die automatisch in den Vordergrund treten, wenn eine neue Nachricht eintrifft), der zugleich telefoniert, seine Stimmung dabei womöglich durch Hintergrundmusik beeinflussen lässt und parallel seine Podcasts aktualisiert und einen Film aus dem Netz herunterlädt. Es ist fraglich, ob dieser oder der Forscher in der Lage ist, jede seiner Aktionen zu trennen, und vielmehr, ob sich die Medienhandlungen nicht eben doch durch ihre Gleichzeitigkeit in Bedeutung und Wirkung beeinflussen. Dies gilt, vor dem Hintergrund neuer konvergenter Medienpraktiken, beispielsweise in Videoforen, auch für die These des Autors, dass die „Grenzen zwischen verschiedenen Kommu-

nikationsmodi erhalten bleiben und ihre psychische, soziale und kulturelle Bedeutung behalten werden.¹⁰⁷ Es ist wahrscheinlich, dass der Nutzer beispielsweise beim Hochladen eines selbst produzierten Videos in einem Videoforum bereits den erwarteten Austausch von Kommentaren, von E-Mails, Chat-Gesprächen oder entsprechende Kommentare auf seinem verlinkten Blog einkalkuliert und dass dementsprechend seine Erwartungen im aktuellen Kommunikationsmodus von jenen an die anschließenden Modi beeinflusst werden. Es muss darüber nachgedacht werden, ob man hier nicht Gefahr läuft, die Wirkungszusammenhänge der konvergenten Medienwelt und die Konvergenz der Aneignungsmuster zu übersehen.

Helga Theunert und Ulrike Wagner möchten die Mediensozialisation mit den verschiedenen Medien nicht mehr wie bisher geschehen getrennt untersuchen, sondern sie richten den Fokus in ihrer dritten Studie zur Medienkonvergenz¹⁰⁸ darauf, wie sich Jugendliche in einer immer komplexeren Medienwelt bewegen, die als Gesamtheit andere sozialisationsrelevante Charakteristika besitzt als die Summe ihrer einzelnen Bestandteile.¹⁰⁹

Die Autorinnen erkennen qualitative Veränderungen im Umgang mit Medien und deren möglicher Bedeutung im Alltag, da die konvergente Medienwelt Möglichkeiten der Aneignung auf unterschiedlichen Aktivitätsniveaus anbiete.¹¹⁰ Die komplexen Verknüpfungen, die zwischen den Medienangeboten hergestellt werden können, folgten einer subjektiven Logik, die vom Markt oder vom persönlichen Umfeld angeregt werde.¹¹¹ Dabei könne es in einer konvergenten Medienwelt auch gelingen, dass risikoreiche Inhalte im Aneignungsprozess durch das Subjekt umgepolt werden, wenn beispielsweise gewalthaltige Inhalte zu künstlerischer Arbeit inspirieren.¹¹² Die Autorinnen unterscheiden in ihrer Studie fünf Mustertypen konvergenter Medienaneignung (die Außengeleiteten, die Integrierenden, die Expandierenden, die Missionierenden und die Kreativen).¹¹³ In dieser Typologisierung wird deutlich, dass das Niveau der Aneignung im Sinne eines aktivkonstruktiven Umgangs mit Medien und die Höhe des Bildungsgrades stark korrelieren.

Ben Bachmair betont, dass das kohärente Einzelmedium irrelevant werde und dass der aktive Nutzer aufgefördert sei, aus dem vielfältigen Angebot in Medienarrangements einen individuell lesbaren Text selbst zusammensetzen, der erst in der Bedeutungskonstitution aus einem Konglomerat aus Medien, Situationen und Konsumgütern für den jeweiligen Rezipienten lesbar werde.¹¹⁴ Helga Theunert und Ulrike Wagner weisen ausdrücklich darauf hin, dass besonders bildungsbenachteiligte Jugendliche vornehmlich den leicht konsumierbaren, vorgefertigten Wegen einer vom Markt angebotenen konvergenten

Medienwelt folgen und dabei Gefahr laufen, in bereits existente, risikoreiche Nutzungsweisen in der konvergenten Medienwelt noch stärker involviert zu werden.¹¹⁵ Potenziale, die demzufolge bisher eher den bildungsnahen Schichten offen stehen, erkennen sie neben der Möglichkeit der Wissen- und Horizonsweiterung, dem Zugewinn medienbezogener Fähigkeiten und von Strukturwissen, in der Möglichkeit des virtuellen Probedelns und der Erweiterung der Handlungsspielräume.¹¹⁶ Damit weisen die Autorinnen auf eine Problematik hin, die in der Diskussion seit mehreren Jahren präsent ist: Die Wissensklufft und die Digitale Spaltung.¹¹⁷

2.2.4 Aktuelle Überlegungen zur digitalen Spaltung

Die Hypothese der Wissenskluffttheorie geht davon aus, dass bei wachsendem Informationsangebot Bevölkerungsschichten mit höherem sozialökonomischem Status und höherem formalem Bildungsgrad schneller zu dessen Aneignung neigen, als status- und bildungsmäßig tiefer angesiedelte Bevölkerungsanteile.¹¹⁸ Obwohl er das Bestehen von Wissensklufften und von Unterschieden in der Nutzung digitaler Medien keinesfalls leugnet, betrachtet Friedrich Krotz den Begriff der digitalen Spaltung, des digital divide, kritisch. Er sei, seiner Ansicht nach, nicht überzeugend empirisch belegt.¹¹⁹ In den Differenzen und Benachteiligungen sieht der Autor die Fortführung zuvor bereits existenter, „vordigitaler“ Ungleichheiten.¹²⁰ Zumindest sei, unter Anerkennung der Tatsache, dass es gewisse Spaltungen hinsichtlich des Gebrauchs digitaler Medien ohne Zweifel gibt, keineswegs erwiesen, welche Folgen diese Spaltungen haben. Für die von der Wissenskluffttheorie inspirierte Schlussfolgerung, dass die Spaltung für jene, die sich auf der vermeintlichen Verliererseite befinden, fundamentale negative Folgen habe, seien noch keinerlei empirische Beweise erbracht worden.¹²¹ Es erscheint angebracht, bei dieser tiefergehenden Suche nach Fragen zu den Auswirkungen bestehender Klufften auch eine ebenso differenzierte Sicht der Nutzung digitaler Medien einzunehmen. Denn es liegt auf der Hand, dass nicht zwangsläufig die „Jugendlichen, die stundenlang durch das Netz surfen, viel Zeit in Chats verbringen oder Onlinespiele spielen, besser für die Notwendigkeiten der kommenden Informationsgesellschaft gerüstet [sind] als andere, die lieber lesen.“¹²²

Vielmehr gilt es, diese wichtige Diskussion mit notwendigen empirischen Daten zur tatsächlichen Bedeutung und Eigenschaft der Nutzung digitaler Medien in Anbetracht der umgebenden gesellschaftlichen, wirtschaftlichen, politischen, kulturellen Strukturen und Prozesse zu untermauern.¹²³ Friedrich Krotz plädiert in diesem Sinne auch für die Betrachtung struktureller und kultureller Gegebenheiten, die zu Online-Abstinenz führen könnten und die bisher kaum

Beachtung fänden.¹²⁴ Äußerst wertvolle quantitativ erhobene Daten, wie jene der ARD/ZDF-Online-Studie 2007¹²⁵ zur Nutzung des Internets im Sinne des Web 2.0 geben beachtliche Hinweise auf neue Nutzungsweisen. Über deren subjektive Bedeutung in der alltäglichen Gesamtstruktur und über ihre tatsächlichen, qualitativen Eigenschaften sagen sie aber zu wenig aus. Hier muss in Zukunft auch mit qualitativen Forschungsmethoden angesetzt werden, um Kurzschlüsse zu vermeiden. Friedrich Krotz arbeitet heraus, dass die Theorie der Digitalen Kluft auf der Theorie der Diffusion von Innovation beruht. Er führt aus, weshalb dies unterkomplex sei: Von fest definierten Vor- und Nachteilen des Internet könne nicht die Rede sein, Funktionalität von Medien sei nicht festgelegt. Es liege somit nicht der Prozess einer einheitlichen Innovation vor. Zudem sei die Argumentation der Theorie der digitalen Spaltung technikdeterministisch, obwohl der innovative Wert digitaler Medien von der jeweiligen Situation des Individuums abhängt und, wie sich in der Mediengeschichte zeige, kaum voraussagbar sei.¹²⁶ Statt unreflektiert die Nutzung von PCs und des Internets zu fordern gelte es zu untersuchen, welche Medien in Zukunft tatsächlich wofür, wie lange noch und in welcher Kombination beherrscht werden müssten.¹²⁷ Diese Fragen könne die Theorie der digitalen Spaltung nicht lösen, denn

„[e]s geht nicht um ein mehr oder weniger selbstverschuldetes Zurückbleiben bestimmter Bevölkerungskreise aufgrund kultureller Gründe wie Traditionen oder individueller Unpässlichkeiten, sondern um einen komplexen Prozess der Einführung digitaler Medien, der manche Bevölkerungskreise berücksichtigt und sie integriert, andere aber ignoriert und ausschließt, und der dadurch in einem empirisch feststellbaren Bezug zu kulturellen Voraussetzungen sowie zu ‚vordigitalen‘ Ungleichheiten steht.“¹²⁸

Friedrich Krotz bezieht sich zur Annäherung an die Klärung dieser Fragen auf Pierre Bourdieus Kapital-Begriff.¹²⁹ Die von ihm beschriebenen Kapitalarten des ökonomischen, kulturellen und sozialen Kapitals ließen sich seiner Meinung nach zumindest zum Teil auch auf den heutigen Wandel, die „Mediatisierung“¹³⁰, anwenden. Dabei unterscheidet sich sein Ansatz von Bourdieus Begriffen darin, „worin derartige Kapitalarten bestehen, wofür sie wichtig sind und ‚was man dafür bekommt.“¹³¹ Der Autor stellt die These auf, dass die

„...Entstehung und der Erfolg der digitalen Medien [...] für das kulturelle und soziale Kapital von Individuen (auf unterschiedliche Weise) von Bedeutung [ist]. Dabei sind wieder nicht in erster Linie die technischen Gegebenheiten relevant, sondern die kulturelle und soziale Einbettung und Kontextualisierung dieser Medien, also die Tatsache, dass sich im Lauf ihrer Einbettung die Kommunikations- und Handlungspotentiale etc.

der Menschen und damit auch Ökonomie, Demokratie, Alltag und Identität der Menschen verändern.“¹³²

Seiner Meinung nach induziert gesellschaftlicher Wandel zugleich Wertveränderungen der genannten Kapitalarten, die sich erwartungsgemäß aber schwerlich messen lassen. Er weist hier den Weg in eine alternative Forschungsrichtung, um mit diesem Versuch Schwächen, die er in der Theorie der digitalen Spaltung erkennt, entgegenzutreten.¹³³

2.3 *Der kulturkritische Aspekt einer Ökonomie der Aufmerksamkeit*

„Reich in der neuen Ökonomie ist, wer um Größenordnung mehr an Aufmerksamkeit einnimmt, als er ausgeben könnte. Arm ist, wer nicht genug Beachtung und Anerkennung bezieht, um sein Selbstwertgefühl intakt zu halten.“¹³⁴

Georg Franck¹³⁵ veröffentlichte im Jahr 2003 im Merkur Thesen zu einer Ökonomie der Aufmerksamkeit. Auf diese weist Horst Niesyto angesichts einer Aufmerksamkeitskultur hin, die zunehmend auf Emotionalisierung, Personalisierung und Effekthascherei setze und ein Denken in Zusammenhängen erschwere.¹³⁶ Es geht in Francks Überlegungen im Kern um eine neue Art der Privatisierung des öffentlichen (Erlebnis-)Raumes, der die Subjekte umgibt, in dem nicht Ware gegen Geld, sondern Information gegen Aufmerksamkeit getauscht wird und wo die Massenmedien die Funktion des Banken- und Börsensystems übernehmen. Horst Niesyto regt zur Beteiligung der Medien(sozialisations-)forschung an der entstehenden Diskussion um eine Ökonomie der Aufmerksamkeit an, welche „Tauschwertbeziehungen zwischen Menschen [befördere], die nichts mit humaner Persönlichkeitsbildung, aber sehr viel mit dem Streben nach sozialer Geltung auf der Basis quotenorientierter Massenattraktion zu tun haben“.¹³⁷

Tatsächlich erscheint die Betrachtung derartiger Veränderungen im alltäglichen Sozialisations- und Lebensraum, denen sich auch das Ideal des aktiv verarbeitenden, kritischen und medienkompetenten Individuums nicht entziehen kann, sinnvoll und notwendig. Darüber hinaus machen sich Tendenzen einer Aufmerksamkeitskultur interessanterweise auch gerade in jenen neuen medialen Räumen (vornehmlich des Internets) bemerkbar, denen häufig besonders viel Freiheit und demokratischer Charakter zugeschrieben wird. Es gilt zu untersuchen, inwieweit sich dort auf den oben angesprochenen, zunehmend flachen Symbolvorrat beschränkt bleibt, der nach Ben Bachmair die Massenmedien dominiert.¹³⁸ Horst Niesyto beobachtet das Entstehen einer medialen Aufmerksamkeitskultur, welche das kulturelle Gedächtnis unserer Gesellschaft langfristig untergrabe – mit problematischen Folgen:

„Die Fixierung auf das Hier und Jetzt, die Ästhetik des ‚Live‘ erschweren eine sensible Wahrnehmung und symbolische Erfahrungsprozesse – auch im Modus präsentativ-symbolischer Weltaneignung. Differenzwahrnehmungen und -erfahrungen [Hervorhebung im Original] benötigen Räume und Zeiten jenseits einer auf Aktualität fixierten Visualisierungskultur.“¹³⁹

2.4 *Ungleiche Verteilung der Ressourcen*

Nachdem mit diesen gesamtgesellschaftlichen Überlegungen bereits auf allgemeine Problemfelder der Mediensozialisation hingewiesen wurde, geht es im Folgenden um die Frage der konkreten Benachteiligung von Individuen. Eng damit verknüpft sind die oben angesprochenen Ideen der digitalen Spaltung und der Wissenskluft, die inzwischen auch kritisch hinterfragt werden.

Im Sinne der noch heute ständig förderungsbedürftigen Idee der Aufklärung der Gesellschaft, der Chancengleichheit und nicht zuletzt des demokratischen Systems gilt es in Zukunft, Mediensozialisation unter Berücksichtigung medialer Benachteiligung von Individuen zu untersuchen. Denn im Zuge der zunehmenden medialen Verknüpfung und Verfügbarkeit von Wissen bei gleichzeitiger Differenz der Mediennutzung in Abhängigkeit des sozialen, kulturellen und ökonomischen Kapitals und des Bildungsgrads, kommt es zu einem Auseinanderdriften, zumindest der theoretischen Möglichkeiten des Zugangs zu Wissen in der Bevölkerung.¹⁴⁰ Auf die Notwendigkeit der Beobachtung dieser digitalen Spaltung weist Horst Niesyto ausdrücklich hin.¹⁴¹ Es gelte, die Entstehungsbedingungen zu ergründen und dazu sowohl die Angebotsstrukturen als auch die Möglichkeiten des Medienzugangs und Aneignungsprozesse zu untersuchen.¹⁴² Dass dabei ein genauer und differenzierter Blick notwendig ist, um Fehlschlüsse zu vermeiden, kann mit einem Beispiel aus der aktuellen ARD/ZDF-Studie „Migranten und Medien 2007“ verdeutlicht werden. (Nicht, weil es einen Fehlschluss enthielte – die Befunde sind schlüssig und äußerst wertvoll –, sondern weil es deutlich macht, wo die Grenzen der Aussagekraft quantitativ erhobener Daten liegen können). Es geht hier um eine Bevölkerungsgruppe, bei der von einer häufigeren gesellschaftlichen Benachteiligung ausgegangen werden muss.¹⁴³ Während 69% der deutschen Haushalte mit Computern oder Laptops ausgestattet sind, verfügen 76% der Haushalte von Migranten in Deutschland über ein solches Gerät.¹⁴⁴ Dennoch liegt die Tagesreichweite des Internets bei jungen Migranten zwischen 14 und 29 Jahren bei nur 38%, während sie bei der gleichaltrigen deutschen Bevölkerung 46% beträgt. Damit sind nur Hinweise auf mögliche Ungleichheiten gegeben – der bloße Besitz eines Computers lässt bis heute keine sichere Aussage über die Nutzung des Internets zu, und ebenso wenig sagt allein die Reichweite eines Mediums bei einer bestimmten Bevölkerungs-

gruppe über die tatsächlichen Aneignungsprozesse der ihr zugehörigen Individuen aus.

In Salzburg widmet sich eine Forschergruppe um Ingrid Paus-Hasebrink derzeit in einer auf drei Jahre ausgelegten Studie der Untersuchung von Mediensozialisation bei Kindern, die in benachteiligten sozialen Milieus leben.¹⁴⁵ Trotz des Mangels an empirischen Untersuchungen auf diesem Forschungsgebiet zeigen Ergebnisse bereits heute deutlich, dass sich besonders Kinder aus schwierigen lebensweltlichen Kontexten – beispielsweise mit arbeitslosen oder alleinerziehenden Eltern oder aus niedrigen Einkommensverhältnissen – verstärkt kommerziellen Medienangeboten zuwenden. Dort finden sie laut dieser Ergebnisse symbolisches Material vor, das sie zur Bewältigung ihrer persönlichen Situation einsetzen.¹⁴⁶ Gleichzeitig hingen auch Medienausstattung und Mediennutzung der Kinder und Jugendlichen stark vom sozialen Milieu ab: Während Fernsehen und Radio, gewissermaßen als mediale Grundausstattung, in allen Schichten anzutreffen seien, stünden Computer und Internetzugänge, sowie das Medium Buch, besonders jungen Menschen der Oberschicht zur Verfügung.¹⁴⁷ Dafür nutzten diese seltener einen Fernseher im eigenen Zimmer als sozial schlechter gestellte Heranwachsende. Aus dieser unterschiedlichen Medienausstattung resultiere eine jeweils andere Mediennutzung (beispielsweise längere Fernsehnutzungszeiten bei sozial schlechter gestellten Jugendlichen) und daraus wiederum die Bedeutung, die den einzelnen Medien zugeschrieben wird.¹⁴⁸ Auch bezüglich der Medienerziehung existierten Unterschiede. So kontrollierten sozio-ökonomisch besser gestellte Eltern den Medienkonsum ihrer Kinder stärker – sowohl in Bezug auf Inhalte als auch auf Medienzeiten.

Es sind also zahlreiche Faktoren, welche die Chancen auf kulturelle und soziale Teilhabe in der Gesellschaft bestimmen und es liegt auf der Hand, dass diese nicht gleich verteilt sind. Die Kommunikationswissenschaftlerin Ingrid Paus-Hasebrink erkennt eine Verwebung der „Armut-Bildungs-Schere“ mit dem Medienumgang, welche die Erforschung von schichtspezifischen Medienrepertoires, dem Medienumgang, der Bedeutung und Auswahl von Symbolmaterial und den alltäglichen Schwierigkeiten von Heranwachsenden notwendig macht.

Priska Bucher und Heinz Bonfadelli untersuchen derzeit vor dem Hintergrund der Wissensklufttheorie in einer Züricher Studie, welche Auswirkungen der kulturelle Hintergrund auf die Medienumgang hat und welche Folgen daraus für die Integration von Migranten resultieren.¹⁴⁹ Einerseits gehen sie davon aus, dass Medien eine Verbundenheit mit dem Herkunftsland herstellen können, andererseits bestünden – aufgrund einer amerikanisch geprägten „Superkultur“ – Medienangebote, welche kulturübergreifend

bekannt seien und eine interkulturelle Anknüpfung ermöglichen dürften.¹⁵⁰

Mit diesen Annahmen werden zwei oppositäre wissenschaftliche Positionen deutlich: Einerseits die medienzentrierte Idee von Medien, die der Information und der Orientierung dienen und beispielsweise mittels einer geteilten Agenda zur Integration und Sozialisation beitragen. Andererseits die rezipientenorientierte Sicht, dass gerade die zunehmend mögliche, individualisierte Mediennutzung eine stärkere Orientierung an den Medien des Herkunftslandes zulässt und eine eher desintegrative Funktion hat.¹⁵¹ Erste Ergebnisse der Studie verdeutlichen, dass die Untersuchung von mediensozialisatorisch relevanten Fragen in Hinblick auf unterschiedliche soziale Gruppen in der Gesellschaft dringend notwendig ist.¹⁵² Derartige empirische Befunde sind unerlässlich, um beispielsweise die oben angeführten, theoretischen Überlegungen fundiert zu diskutieren, und darauf aufbauend entsprechende Handlungsvorschläge auszuarbeiten, die helfen sollen, medialen Effekten gesellschaftlicher Ungleichheit und Aufspaltung entgegenzuwirken. Dieses Wirken gegen eine gesellschaftliche Aufspaltung ist nach Ingrid Paus-Hasebrink auch die ausdrückliche Aufgabe der Medienpädagogik.¹⁵³ Sie unterstreicht, dass Kinder und Jugendliche eher einen ästhetisch-erlebnisorientierten als einen formal-kognitiven Zugang zu Medien pflegen, und fordert dementsprechende Ausrichtungen medienpädagogischer Konzepte. Insbesondere unter Berücksichtigung der Bedürfnisse junger Menschen in lebensweltlich schwierigen Lagen, die sich nach Befunden aus ihrer Medienmarktstudie¹⁵⁴ hauptsächlich kommerziellen Medienangeboten zuwenden. Es gelte, diesen Partizipationschancen zu eröffnen, um auch jene einzubeziehen, die mit kognitiven Medienzugängen Schwierigkeiten haben.¹⁵⁵

Eine aktuelle Studie zur Problematik von gewalt- und pornographiehaltigen Videos auf Mobiltelefonen von Petra Grimm und Stefanie Rhein zeigt mit quantitativ erhobenen Daten, dass besonders formal weniger gebildete Jugendliche mit problematischen Medienpraxen des Happy Slapping (Filmen von Prügeleien/Gewalthandlungen, die zu diesem Zweck stattfinden), des E-Bullying (Schikanieierung und Tyrannisierung im Internet/mit Mobiltelefonen) mit Snuff-Videos (Videos von realen Gewalttaten wie Folterungen, Tötungen, Kriegsszenen etc.) auf dem eigenen Handy konfrontiert sind.¹⁵⁶

Zugleich wird in der qualitativen Untersuchung der Studie aber deutlich, dass auch innerhalb dieser Risikogruppe große Differenzen der Art von Nutzung und Aneignung und der Verarbeitung der Inhalte bestehen.¹⁵⁷ Eine pauschale Vorverurteilung jener, die eher auf der „Verliererseite“ einer möglichen Digitalen Spaltung stehen, sollte folglich vermieden werden. Es ist vielmehr ein differenzierter Blick notwendig,

um Phänomene der Mediennutzung durch Jugendliche wirklich zu verstehen und dann auf dieser Basis, wie von den beiden Autorinnen geleistet, pädagogische Anregungen zu erarbeiten.¹⁵⁸

3 Fazit

Bei der Betrachtung aktueller Beiträge zur Mediensozialisationstheorie wurde deutlich, wie wesentlich die Fragen der Sozialisation mit Medien sind – besonders vor dem Hintergrund eines starken gesellschaftlichen Wandels und des zunehmenden Eindringens der Medien in den Alltag. Es zeigt sich, dass besonders Medien zu selbstsozialisatorischen Akten anregen können, wengleich Sozialisation sowohl unter selbst- als auch unter fremdsozialisatorischem Einfluss stattfindet. Medien wird in unterschiedlichen Ausprägungen eine wichtige Rolle in diesem Prozess zugeschrieben: Meist als Sozialisationsinstanz neben Eltern, Peer Group und Schule, oder, bei Ben Bachmair, als Interdependenzgeflecht (kulturelle Figuration).

In allen hier behandelten Erklärungs- und Forschungsansätzen der Mediensozialisation wird die Subjektperspektive eingenommen. Ausgangspunkt ist dabei ein aktives Subjekt, dem beim Medienkonsum Bewältigungsstrategien zur Verfügung stehen und das an der Kreation der Realität, in der seine Sozialisation vonstatten geht, selbst beteiligt ist. Allerdings gibt es starke Nuancierungen: Einzelne Autoren, besonders der Medienpädagoge Horst Niesyto, weisen zum Beispiel nachdrücklich auf die Begrenztheit von Wahlfreiheit, Selbststeuerung und Selbstverortung hin, da die Ausgangslagen der Subjekte unterschiedlich seien und es diverse Formen der Benachteiligung zu beachten gebe. Er unterstreicht die Notwendigkeit der Aufnahme solcher Aspekte in die Mediensozialisationsforschung und fordert zugleich Anschluss von subjekt- und handlungstheoretischen an gesellschafts- und medientheoretische Positionen.¹⁵⁹ Dabei gelte es besonders, Aspekte präsentativer Symbolsozialisation mit den digitalen Medien zu betrachten.

Es wird außerdem ein starker sozialer und kultureller Wandel der Gesellschaft festgestellt, der auch die Medien und die Kommunikation einschließt. Dieser ist geprägt von einer Tendenz zur Pluralisierung, Individualisierung und Fragmentierung. Ein Wandel, der besonders in der empirischen Sozialisationsforschung zu beachten ist. Daniel Süß liefert der Mediensozialisationstheorie in diesem Sinne die Verknüpfung mit (medien-)historischen Aspekten, was besonders vor dem Hintergrund zunehmender Pluralisierung und dem Wandel von Normal- zu Wahlbiografien sinnvoll erscheint.¹⁶⁰ Er entwirft für die schweizerische Gesellschaft bezüglich der Mediensozialisation Generationsgestalten. Eine vergleichbare Anstrengung wäre auch in Deutschland sinnvoll, wo sich die Historie des

Mediensystems in gewissen Punkten vom schweizerischen unterscheidet. Bisherige Forschungsergebnisse beziehen sich vorwiegend auf etablierte, traditionelle Massenmedien wie das Fernsehen. Die Erforschung neuer medialer Praxen in einer von Konvergenz geprägten, digitalen Medienwelt hat gerade erst begonnen. Besonders im Internet findet beispielsweise laut Sherry Turkle Probehandeln im Rahmen der Identitätskonstruktion statt. Hier gilt es, sich mit den Symboliken und der Aneignung von Symbolmaterial zu beschäftigen, die in präsentativen Kommunikationsformen von großer Bedeutung sind. Sabina Misoch erkennt in der Selbstdarstellung Jugendlicher auf Homepages weniger das Experimentieren mit Rollen als den Versuch der möglichst authentischen, multimedialen Vermittlung vielschichtiger Identitäten. Es gilt zu prüfen, welche Rolle neuere, audio-visuelle Praktiken der Selbstdarstellung spielen.

Es stellt sich auch die Frage nach der Art und der Qualität von Netzwerkstrukturen, die sich in einer konvergenten Medienwelt etablieren, wie sie von Helga Theunert und Ulrike Wagner beschrieben wird. Diese Welt ist zunehmend global, weshalb überall ähnliche Medienangebote und Symbole verfügbar sind. Wenn man den Blick über die eigene Kultur und Gesellschaft hinaus öffnet, gilt es zu erkennen, wie Symbole und mediale Angebote auf den Sozialisationsprozess Einfluss nehmen, welche Praxen und Aneignungsformen sie provozieren und welche Wirkung sie entfalten, wenn sie in einen anderen Kulturraum transferiert werden.

Auch innerhalb unserer Gesellschaft werden schichtspezifische Unterschiede im Umgang mit Medien nachgewiesen. Dabei werden, wie Petra Grimm und Stefanie Rhein in ihrer Handy-Studie zeigen, auch problematische Nutzungsweisen praktiziert, deren wirkliche Bedeutung sich häufig erst auf den zweiten, qualitativen Blick des Forschers erschließt. Ein Punkt, dem in Anbetracht der oben erwähnten sozialen Klüfte auch aus gesamtgesellschaftlichem Interesse hohe Aufmerksamkeit zukommen sollte, ist deshalb der Medienumgang sozial benachteiligter Heranwachsender.

In diesem Sinne gilt es, die Entwicklungen der westlichen, stark medialisierten Gesellschaft kritisch und offen zu hinterfragen und die immer schneller auftretenden technischen und kulturpraktischen Neuerungen aufmerksam, möglichst (zeit-)nah und über längere Zeiträume zu verfolgen.

Anmerkungen

1 Vgl. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest mpfs 2006, S. 6ff.

2 Vgl. ebd.

3 Zum Dreieck der Mediensozialisation s. Theunert / Schorb 2004, S. 209 / s. Hoffmann / Merckens 2004, S. 12.

4 Durkheim 1972b, S. 119.

5 Vgl. Hillmann 2007, S. 163.

6 Vgl. Durkheim 1972a, zit. nach Süß 2004, S. 29 / vgl. Hoffmann / Merckens 2004, S. 7.

7 Vgl. Hurrelmann 2002a, S. 7ff.

8 Im Folgenden wird die männliche Form verwendet, und es ist selbstverständlich auch die jeweils weibliche Form gemeint.

9 Vgl. Hoffmann / Merckens 2004, S. 7.

10 Hurrelmann 2002b, S. 156.

11 Vgl. Hoffmann / Merckens 2004, S. 8.

12 Vgl. Süß 2004, S. 29, 277, 279. Daniel Süß weist an dieser Stelle bezüglich der Medien auch auf die Verflechtung mit dem Medienmarkt hin, der auf die Nutzungsweisen der Individuen reagiert. [Anmerkung des Verfassers: Das geschieht zum einen, indem der Markt mit einem Angebot in einer konvergenten Medienwelt, in welcher der Nutzer Spuren hinterlässt, immer besser auf die Nachfragen reagieren kann und seine Produkte entsprechend entwickelt. Zum anderen findet aufgrund derselben technischen Präferenzordnung inzwischen ein gezieltes Angebot mit ausgewählten Produkten statt, die dem jeweiligen Profil des Individuums retrospektiv zu entsprechen scheinen. Der Nutzer beeinflusst also seine eigene Medienwelt durch seine Nutzung. Sie wird seinen Präferenzen immer ähnlicher.]

13 Die Diskussion entzündete sich in Folge einer Bielefelder Tagung im Frühjahr 1998, bei der Jürgen Zinnecker den Einführungsvortrag hielt und dabei auf das Konzept der Selbstsozialisation einging. Vgl. Zinnecker 2002, S. 145ff. / vgl. auch Theunert / Schorb 2004, S. 204.

14 Vgl. Niesyto 2004a, S. 10

15 Vgl. Geulen 2002a, S. 192.

16 Vgl. Niesyto 2004a, S. 11f. / vgl. Niesyto 2007, S. 57f.

17 Theunert / Schorb 2004, S. 204 / vgl. auch Hurrelmann 2002a, S. 16ff. / vgl. Süß 2007, S. 110.

18 Geulen 2002b, S. 86.

19 Vgl. Theunert / Schorb 2004, S. 209 / vgl. Hoffmann / Merckens 2004, S. 12.

20 Vgl. Hoffmann / Merckens 2004, S. 10.

21 Vgl. Fritz/Sting / Vollbrecht 2003, S. 8f.

22 Vgl. Niesyto 2007, S. 61 / vgl. Theunert / Schorb 2004, S. 209 / vgl. Vollbrecht 2003, S. 15, 20 / vgl. Bachmair 2005, S. 100 / vgl. Hoffmann 2007, S. 24. Dieser theoretische Hinweis durch die Autoren spiegelt sich allerdings nicht immer in ihren Forschungsdesigns wider.

23 Vgl. Baacke 1973, S. 193.

24 Vgl. Krotz 2007, S. 11.

25 Vgl. Hoffmann / Merckens 2004, S. 12. Eine Durchsicht des Archivs der Zeitschrift für Soziologie weist außerdem darauf hin, dass derzeit

kein Schwerpunkt auf einen Diskurs zum Thema Sozialisation mit Medien in den Reihen der Soziologie gesetzt wird (vgl. im Internet: http://www.unibielefeld.de/soz/zfs/36.htm#36_4gl).

26 Vgl. Theunert / Schorb 2004, S. 214ff. / vgl. Süß 2004, Abb. 38, S. 278 / vgl. Vollbrecht 2003, S. 15 / vgl. Paus-Hasebrink 2006, S. 24.

27 Vgl. Vollbrecht 2003, S. 16.

28 Vgl. Moser 2006, S. 214.

29 Vgl. ebd., S. 28ff.

30 Ebd., S. 29.

31 Ebd., S. 30f.

32 Vgl. Hurrelmann 2002a, S. 32ff.

33 Süß 2004, S. 289.

34 Vgl. Süß 2004, S. 289.

35 Vgl. Hoffmann 2004, S. 13, 16f. / vgl. auch Hoffmann / Merckens 2004, S. 13 / vgl. Vollbrecht 2003, S. 13. Zu Medien als Sozialisationsinstanz s. auch Hillmann 2007, S. 820 / Reinhold 2000, S. 604. Dagegen werden Medien beispielsweise im Wörterbuch der Soziologie von Endruweit / Trommsdorf nicht als Sozialisationsinstanz geführt. Vgl. Endruweit / Trommsdorf 2002, S. 506f. Die Autorin führt mögliche Gründe an, weshalb Medien in der Soziologie lange Zeit nicht als maßgeblich für die Sozialisation anerkannt waren (vgl. Hoffmann 2007, S. 15ff.): Einmal an der soziologischen Überzeugung, dass nur soziale Realitäten, reale Primärerfahrungen, (den Medien nicht zugeordnet) als sozialisationsrelevante Wirklichkeitserfahrungen gelten können. Zum anderen, im Sinne des symbolischen Interaktionismus, die Erwartung an klassische Sozialisationsinstanzen, dass sie dem Sozialisanden ein Feedback offerieren, damit Identifikation mit Rollen, Adaption von Verhalten oder Internalisierung von Werten erfolgt. Besonders mit der Kenntnis neuer Medienpraxen, die dem Web 2.0 zugerechnet werden können, erscheint Dagmar Hoffmanns Zweifel an Theorien angebracht, die Medien solche Rückspiegelungsfunktionen gänzlich absprechen.

36 Vgl. Fritz / Sting / Vollbrecht 2003, S. 7f.

37 Vgl. Bachmair 2005, S. 96ff.

38 Vgl. Elias 2004 / vgl. Williams 1975.

39 Vgl. Bachmair 2005, S. 96.

40 Vgl. ders. 2007, S. 76.

41 Ders. 2005, S. 97. Zum Medienhandeln im Umweltkontext s. auch Kapitel 2.2.

42 Vgl. Mikos 2007, S. 27ff. / Zum Begriff der Mediatisierung s. Krotz 2007.

43 S. Kapitel 2.1.

44 Hohl / Keupp 2006, S. 7.

45 Vgl. Hohl / Keupp 2006.

46 Hohl / Keupp 2006, S. 7.

47 Vgl. Bachmair 2007, S. 67.

48 Vgl. ebd., S. 67ff.

49 Vgl. Theunert / Schorb 2004, S. 203f.

50 Vgl. ebd. / s. Kap. 2.1.1.

51 Hurrelmann 1983, S. 91ff.

52 Vgl. Theunert / Schorb 2004, S. 203.

53 Vgl. ebd., S. 203, 214.

54 Vgl. Niesyto 2007, S. 56f.

55 Vgl. Süß 2004, S. 275ff.

56 Der Begriff der Medienkompetenz, der besonders in der Medienpädagogik diskutiert wird, kann im Rahmen der vorliegenden Arbeit nicht tiefer gehend behandelt werden. Dazu empfiehlt sich u.a. die Lektüre von Baacke 1996, Groeben / Hurrelmann 2002. Kritisiert wird der Medienkompetenz-Begriff in seiner heutigen Verwendung besonders deutlich von Friedrich Krotz (s. Krotz 2007, S. 291).

57 Vgl. Fritz / Sting / Vollbrecht 2003, S. 8f.

58 Vgl. Süß 2007, S. 112.

59 S. Misoch 2004b.

60 S. Hullmann 2007, S. 878.

61 S. Keupp 1999.

62 Vgl. Niesyto 2007, S. 49 / s. auch Kap. 2.2.1.

63 Vgl. Gross 1994 / vgl. Keupp et al. 1999 / vgl. Misoch 2004a, S. 94, 98.

64 Vgl. ebd., S. 92f. / vgl. ebd., Schaubild S. 138.

65 Vgl. ebd., S. 103ff.

66 Vgl. Deleuze / Guattari 1974.

67 Vgl. Misoch 2004a, S. 105.

68 Vgl. Misoch 2004a, S. 109/vgl. Turkle 1999.

69 Vgl. Misoch 2004a.

70 Vgl. ebd., S. 138.

71 Vgl. Misoch 2004, S. 202f.

72 Misoch 2004, S. 203.

73 Vgl. ebd., S. 204.

74 Ebd., S. 204.

75 Vgl. ebd., S. 205f. In Misochs Studie wird deutlich, wo die quantitative Forschung an ihre Grenzen stößt. Die Ergebnisse der Erhebung von Selbstauskünften bei subtilen und teilweise unterbewussten Prozessen sind mit Vorsicht zu betrachten und eine beobachtende Untersuchung weniger Fälle könnte hier evtl. zusätzlich aufschlussreiche Ergebnisse liefern.

76 Vgl. Maczewski 2003, S. 247.

77 Vgl. Maczewski 2003, S. 247.

78 Vgl. ebd., S. 248f.

79 Vgl. ebd., S. 262.

80 Vgl. ebd., S. 250.

81 Vgl. Turkle 1995, S. 180.

82 Vgl. Maczewski 2003, S. 257ff.

83 Vgl. Süß 2004, S. 276 / vgl. Bachmair 2005, S. 96.

84 Mohn / Schorb / Theunert 1980, S. 603.

- 85 Vgl. Krotz 2007, S. 11.
- 86 Vgl. ebd., S. 11f., 25ff.
- 87 Vgl. Krotz 2007, S. 12.
- 88 Vgl. Süß 2004, S. 278.
- 89 Vgl. Hoffmann / Merckens 2004, S. 6, 8.
- 90 Vgl. Süß 2007, S. 128 / vgl. Süß 2004, S. 289. Der von ihm genannte Aspekt einer politischen Polarisierung ist, zumindest für seine Gültigkeit für Deutschland im Jahre 2007, zu hinterfragen und erscheint auf den ersten Blick nicht plausibel.
- 91 Dass diese mit gleichfalls gestellten Anforderungen an höhere Flexibilität der Arbeitnehmer auch mit erhöhtem Druck und größeren Anforderung an das Individuum einhergehen kann, bleibt an dieser Stelle unerwähnt.
- 92 Vgl. Bachmair 2005, S. 107.
- 93 Niesyto 2007, S. 51.
- 94 Ebd.
- 95 Vgl. Baacke 1997, S. 76ff. / vgl. Niesyto 2007, S. 51.
- 96 Vgl. Niesyto 2007, S. 51 unter Bezug auf Dieter Baacke.
- 97 Vgl. Theunert / Wagner 2007, S. 203 / vgl. Schorb / Mohn / Theunert 1980.
- 98 Vgl. Niesyto 2007, S. 54.
- 99 Vgl. Süß 2007, S. 119ff.
- 100 Süß 2007, S. 120.
- 101 Vgl. Hasebrink / Mikos / Prommer 2004, S. 9.
- 102 Vgl. ebd.
- 103 Ebd.
- 104 Vgl. ebd., S. 10.
- 105 Vgl. Hasebrink 2004, S. 70f.
- 106 Vgl. Hasebrink 2004, S. 82.
- 107 Vgl. Hasebrink 2004, S. 83f.
- 108 Vgl. Theunert / Wagner 2007.
- 109 Vgl. ebd.
- 110 Vgl. ebd., S. 4.
- 111 Vgl. ebd., S. 5.
- 112 Die Autorinnen nennen als Beispiel den Fall eines Mädchens, das actionhaltige Mangas und Animes bevorzugt, dazu aber auch zeichnet und Geschichten erfindet und diese auf Wettbewerben präsentiert. Vgl. ebd., S. 10.
- 113 Vgl. ebd., S. 6ff.
- 114 Vgl. Bachmair 2005, S. 100, 102.
- 115 Vgl. Theunert / Wagner 2007, S. 10, 14.
- 116 Vgl. ebd., S. 10f.
- 117 S. Kapitel 2.4.
- 118 Vgl. Niesyto 2007, S. 55.
- 119 Vgl. Krotz 2007, S. 282ff. Mit dem Hinweis auf die völlig unterschiedlichen Nutzungsmöglichkeiten von Innovationen wendet er sich gegen eine seiner Meinung nach pauschalisierende digitale Zweiteilung und fordert zumindest ein dynamisches Konzept unterschiedlicher digitaler Spaltungen in Abhängigkeit der verschiedenen Funktionen von Medien (vgl. ebd., S. 287). Er kritisiert die verkürzten und vereinfachend pauschalisierenden Annahmen, dass Individuen, die sich zumindest mit den digitalen Medien auseinandersetzen, besser für die Zukunft gerüstet seien (vgl. ebd., S. 290).
- 120 Vgl. ebd., S. 292.
- 121 Vgl. ebd., S. 277ff. Der Autor bezieht sich in seiner Kritik explizit auf die digitale Spaltung innerhalb einer Gesellschaft, nicht zwischen Staaten und Kulturen.
- 122 Ebd., S. 283.
- 123 Vgl. ebd., S. 289.
- 124 Vgl. ebd., S. 284.
- 125 Vgl. Reitzen / ARD Werbung (Hg.) 2007, S. 362ff.
- 126 Vgl. Krotz 2007, S. 286ff.
- 127 Vgl. ebd., S. 292.
- 128 Krotz 2007, S. 292.
- 129 Vgl. Bourdieu 1997.
- 130 Vgl. Krotz 2007, S. 14f., S. 37f.
- 131 Vgl. ebd., S. 293.
- 132 Ebd.
- 133 S. Krotz 2007, S. 277ff.
- 134 Franck 2003, S. 7 im Internetdokument oder auf S 5 im Merkur.
- 135 Georg Frank ist Architekt, Stadtplaner und Software-Entwickler. Er ist Doktor der VWL und heute Professor am Institut für Architekturwissenschaften an der TU Wien.
- 136 Vgl. Niesyto 2007, S. 52, 59.
- 137 Ebd., S. 52.
- 138 Vgl. Bachmair 2005, S. 107 / s. Kapitel 2.2.1.
- 139 Niesyto 2004b, S. 59.
- 140 Vgl. Bonfadelli 2004, S. 253. Zur Kritik an der Theorie der Wissensklufft s. Krotz 2007, S. 277ff.
- 141 Vgl. Niesyto 2007, S. 55f. Zur Theorie der digitalen Spaltung s. auch Neverla 1998 / Turkle 1999 / Castells 2001, 2002, 2004.
- 142 Wie bereits erwähnt, wird von Horst Niesyto auch die stärkere Berücksichtigung der unterschiedlichen Sozialisationsbedingungen gefordert. Um einer Stigmatisierung ganzer gesellschaftlicher Gruppen vorzubeugen dürfe dabei nicht übersehen werden, dass individuell verschiedene Bearbeitungsweisen von Benachteiligung möglich seien (vgl. Niesyto 2007, S. 61).
- 143 Tatsächlich fühlen sich laut ARD/ZDF-Studie Migranten und Medien 2007 11% der Migranten häufig, 31% gelegentlich benachteiligt. Vgl. Reitze, Helmut / ARD-Werbung (Hg.) 2007, S. 430.

145 An der Universität Salzburg wird das Forschungsprojekt „Mediensozialisation bei Kindern aus sozial benachteiligten Milieus“ bis Ende 2007 durchgeführt. Vgl. Paus-Hasebrink / Bichler 2005, S. 107.

146 Vgl. Paus-Hasebrink / Bichler 2005, S. 105.

147 Vgl. ebd., S. 106.

148 Vgl. Paus-Hasebrink / Bichler 2005, S.

149 Vgl. Bonfadelli / Bucher 2007, S. 223

150 Vgl. ebd., S. 224.

151 Vgl. ebd.

152 Vgl. Bonfadelli / Bucher 2007, S. 243f. Medienzugang, Mediennutzung und der Umgang mit Medien (beispielsweise Anschlusskommunikation mit den Eltern) von Jugendlichen mit Migrationshintergrund unterscheiden sich von dem schweizerischer Jugendlichen.

153 Vgl. Paus-Hasebrink 2006, S. 24.

154 Vgl. Paus-Hasebrink et al. 2004.

155 Die Autorin führt insbesondere jüngere und nicht deutschsprachige Kinder und Jugendliche an, die Schwierigkeiten haben, sich sprachlich zu äußern (vgl. Paus-Hasebrink 2006, S. 24, 26f.).

156 Vgl. Grimm / Rhein 2007, S. 111.

157 Vgl. ebd. S. 184.

158 S. ebd., S. 185ff.

159 Vgl. Niesyto 2007, S. 61.

160 Vgl. Süß 2007, S. 127.

Literatur

Baacke, Dieter (1973): Kommunikative Kompetenz. Grundlegung einer Didaktik der Kommunikation und ihrer Medien. München: Juventa.

Bachmair, Ben (2005): Mediensozialisation im Alltag. In: Mikos, Lothar / Wegener, Claudia (Hg.): Qualitative Medienforschung. Ein Handbuch. Konstanz: UKV-Verl.Ges., S. 95-114.

Bachmair, Ben (2007): Mediensozialisation. Entwicklung von Subjektivität in medialen und kulturellen Figurationen. In: Hoffmann, Dagmar / Mikos, Lothar: Mediensozialisationstheorien. Neue Modelle und Ansätze in der Diskussion. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 67-91.

Boehnke, Klaus / Münch, Thomas (2005) unter Mitarbeit von Hoffman, Dagmar et al.: Jugendsozialisation und Medien. DFG-Forschergruppe „Neue Medien im Alltag, Band 5. Lengerich: Pabst Science Publishers.

Bonfadelli, Heinz (2004): Medienwirkungsforschung. Band I, Grundlagen. Konstanz: UVK.

Bonfadelli, Heinz / Bucher, Priska (2007): Jugendliche mit und ohne Migrationshintergrund. Gemeinsamkeiten und Unterschiede im Umgang mit Medien. In: Mikos, Lothar / Hoffmann, Dagmar/Winter, Rainer (Hg.): Mediennutzung,

Identität und Identifikation. Die Sozialisationsrelevanz der Medien im Selbstfindungsprozess von Jugendlichen. Weinheim/München: Juventa, S. 223-245.

Bourdieu, Pierre (1997): Die verborgenen Mechanismen der Macht. Herausgegeben von Margarete Steinrück. Nachdruck der ersten Aufl. Hamburg: VSA.

Castells, Manuel (2001-2004): Das Informationszeitalter. Drei Bände. Opladen: Leske + Budrich.

Deleuze, Gilles / Guattari, Félix (1974): Anti-Ödipus. Kapitalismus und Schizophrenie. Frankfurt/M.: Suhrkamp.

Durkheim, Emile (1972a): Erziehung und Soziologie. Hg. und übersetzt von Raymund Krisam. Düsseldorf: Pädagogischer Verlag Schwann.

Durkheim, Emile (1972b): Erziehung, Moral und Gesellschaft. Vorlesung an der Sorbonne 1902/1903. Eingel. von Paul Fauconnet. Neuwied am Rhein/Darmstadt: Luchterhand.

Elias, Norbert (2004): Was ist Soziologie. 10. Aufl. Weinheim/München: Juventa.

Endruweit, Günter / Trommsdorf, Gisela (Hg.) (2002): Wörterbuch der Soziologie. 2., völlig Neubearb. u. erw. Aufl. Stuttgart: Lucius & Lucius.

Franck, Georg (2003): Mentaler Kapitalismus. Vortrag gehalten beim Philosophicum Lech 2002. Erschienen in: Liessman, Konrad Paul (Hg.): Die Kanäle der Macht. Herrschaft und Freiheit im Medienzeitalter. Philosophicum Lech Band 6, Wien: Zsolnay, S. 36-60. Vorab gedruckt in: Merkur Nr. 645 (Januar 2003), S. 115. Text abrufbar im Internet unter: http://www.iemar.tuwien.ac.at/publications/Franck_2003a.pdf. Letzter Abruf: 15.08.2007.

Fritz, Karsten / Sting, Stephan / Vollbrecht, Ralf (Hg.) (2003): Mediensozialisation. Pädagogische Perspektiven des Aufwachsens in Medienwelten. Opladen: Leske + Budrich.

Gerhards, Jürgen et al. (Hg.) (2007): Zeitschrift für Soziologie. Heftarchiv. Im Internet: <http://www.unibielefeld.de/soz/zfs/archiv.htm>. Letzter Aufruf: 22.08.2007.

Geulen, Dieter (2002a): Subjekt, Sozialisation, „Selbstsozialisation“. Einige kritische und einige versöhnliche Bemerkungen. In: ZSE, Zeitschrift für Soziologie der Erziehung und Sozialisation. Heft 2/2002, Weinheim: Juventa. S. 186-196.

Geulen, Dieter (2002b): Sozialisationstheoretische Ansätze. In: Krüger, Heinz-Hermann / Geulen, Dieter / Grunert, Cathleen: Handbuch Kindheits- und Jugendforschung. Opladen: Leske + Budrich, S. 83-98.

- Glogner, Patrick / Müller, Renate / Rhein, Stefanie (2004): Musikalische und mediale Selbstsozialisation. In: Imort, Peter / Niesyto, Horst (Hg.): Ludwigsburger Beiträge zur Medienpädagogik.. Ausgabe 5/2004, im Internet: http://www.ph-ludwigsburg.de/fileadmin/subsites/1b-mpxx-t-01/user_files/OnlineMagazin/Ausgabe5/Schwerpunkt5.pdf. Letzter Aufruf: 20.08.2007.
- Grimm, Petra / Rhein, Stefanie: Slapping, Bullying, Snuffing! Zur Problematik von gewalthaltigen und pornographischen Videoclips auf Mobiltelefonen von Jugendlichen. Schriftenreihe der Medienanstalt Hamburg/Schleswig Holstein (MA HSH), Band 1. Berlin: VISTAS Verlag.
- Groeben, Norbert / Hurrelmann, Bettina (Hg.) (2002): Medienkompetenz. Voraussetzungen, Dimensionen, Funktionen. Weinheim/München: Juventa.
- Gross, Peter (1994): Die Multioptionsgesellschaft. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Hasebrink, Uwe / Mikos, Lothar / Prommer, Elisabeth (Hg.) (2004): Mediennutzung in konvergierenden Medienumgebungen. München: Verlag Reinhard Fischer.
- Hasebrink, Uwe (2004): Konvergenz aus Nutzerperspektive: Das Konzept der Kommunikationsmodi. In: Hasebrink, Uwe / Mikos, Lothar / Prommer, Elisabeth (Hg.): Mediennutzung in konvergierenden Medienumgebungen. München: Verlag Reinhard Fischer, S. 67-85.
- Hickethier, Knut (2003): Einführung in die Medienwissenschaft. Stuttgart/Weimar: Metzler.
- Hillmann, Karl-Heinz (2007): Wörterbuch der Soziologie. 5. überarb. und erw. Aufl. Stuttgart: Alfred Kröner Verlag.
- Hohl, Joachim / Keupp, Heiner (Hg.) (2006): Subjektdiskurse im gesellschaftlichen Wandel. Zur Theorie des Subjekts in der Spätmoderne. Bielefeld: transcript.
- Hoffmann, Dagmar / Merckens, Hans (2004): Einleitung. Die Sozialisationsperspektive in der Jugendforschung. In: Hoffmann, Dagmar / Merckens, Hans (Hg.): Jugendsoziologische Sozialisations-theorie. Impulse für die Jugendforschung. München: Juventa.
- Hoffmann, Dagmar (2007): Plädoyer für eine integrative Mediensozialisations-theorie. In: Hoffmann, Dagmar / Mikos, Lothar (Hg.): Mediensozialisations-theorien. Neuere Modelle und Ansätze in der Diskussion. Wiesbaden : VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 11-26.
- Hoffmann, Dagmar / Mikos, Lothar (2007): Einführende Anmerkungen. In: Hoffmann, Dagmar / Mikos, Lothar (Hg.): Mediensozialisations-theorien. Neuere Modelle und Ansätze in der Diskussion. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 7-10.
- Hurrelmann, Klaus (1983): Das Modell des produktiv realitätsverarbeitenden Subjekts in der Sozialisationsforschung. In: Zeitschrift für Sozialisationsforschung und Erziehung, 3. Jg. Heft 1/1983, S. 91.
- Hurrelmann, Klaus (2002a): Einführung in die Sozialisations-theorie. 8., vollst. überarb. Aufl. Weinheim/Basel: Beltz.
- Hurrelmann, Klaus (2002b): Selbstsozialisation oder Selbstorganisation? Ein sympathisierender, aber kritischer Kommentar. In: ZSE, Zeitschrift für Soziologie der Erziehung und Sozialisation. Heft 2/2002, Weinheim: Juventa. S. 155-166.
- Keupp, Heiner et al. (1999): Identitätskonstruktion. Das Patchwork der Identitäten in der Spätmoderne. Reinbeck bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag GmbH.
- Kirchhöfer, Dieter (1999): Kinder zwischen selbst- und fremdbestimmter Zeitorganisation. In: Fromme, Johannes et al.: (Hg.): Selbstsozialisation, Kinderkultur und Mediennutzung. Opladen: Leske + Buderich, S. 100-112.
- Krotz, Friedrich (2007): Mediatisierung. Fallstudien zum Wandel von Kommunikation. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaft.
- Maczewski, Mechthild (2003): Kids Online. Identitätsentwicklung bei der Vernetzung von Online- und Onground-Erfahrungen. In: Hengst, Heinz / Kelle, Helga (Hg.): Kinder-Körper-Identitäten. Theoretische und empirische Annäherungen an kulturelle Praxis und sozialen Wandel. Weinheim/München: Juventa, S. 245-266.
- Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest mpfs (Hg.) (2006): JIM-Studie. Jugend, Information, (Multi-)Media. Basisuntersuchungen zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger. Stuttgart: LFK/LMK.
- Mikos, Lothar (2004): Medien als Sozialisationsinstanz und die Rolle der Medienkompetenz. In: Hoffmann, Dagmar / Merckens, Hans (Hg.): Jugendsoziologische Sozialisations-theorie. Impulse für die Jugendforschung. München: Juventa.
- Mikos, Lothar (2007): Mediensozialisation als Irrweg. Zur Integration von medialer und sozialer Kommunikation aus der Sozialisationsperspektive. In: Hoffmann, Dagmar / Mikos, Lothar (Hg.): Mediensozialisations-theorien. Neue Modelle und Ansätze in der Diskussion. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 27-46.
- Misoch, Sabina (2004a): Identitäten im Internet. Selbstdarstellung auf privaten Homepages. Konstanz: UVK Verl.-Ges.
- Misoch, Sabina (2004b): My_site.de. Webpages als Medien der Selbstdarstellung. Rezensionaufsatz zu: Jamshid Makhfi (2002): Medienkultur. Eine qualitative und quantitative Analyse von Webpages. In: Forum Qualitative Sozialforschung. Im Internet: <http://www.qualitative-research.net/fqs-texte/1-05/05-1-21d.htm#g1>. Letzter Zugriff: 16.07.2007.

- Moser, Heinz (2006): Einführung in die Medienpädagogik. Aufwachsen im Medienzeitalter. 4., überarb. u. akt. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Neverla, Irene (Hg.) (1998): Das Netz-Medium. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Nieyto, Horst (2007): Kritische Anmerkungen zu Theorien der Mediennutzung und -sozialisation. In: Hoffmann, Dagmar / Mikos, Lothar (Hg.): Mediensozialisationstheorien. Neue Modelle und Ansätze in der Diskussion. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 47-65.
- Niesyto, Horst (2004a): Kritische Anmerkungen zum Konzept „medialer Selbstsozialisation“. In: Imort, Peter / Niesyto, Horst (Hg.): Ludwigsburger Beiträge zur Medienpädagogik. Ausgabe 5/2004, im Internet: http://www.ph-ludwigsburg.de/fileadmin/subsites/1b-mpxx-t-01/user_files/OnlineMagazin/Ausgabe5/Schwerpunkt5.pdf. Letzter Aufruf: 20.08.2007.
- Niesyto, Horst (2004b): Aufmerksamkeitserregung. Kritische Anmerkungen zum kulturellen Kapitalismus unserer Zeit und den Aufgaben einer emanzipatorischen Medienbildung. In: Breuer, Thomas / Pirner, Manfred L. (Hg.): Medien – Bildung – Religion. Zum Verhältnis von Medienpädagogik und Religionspädagogik in Theorie, Empirie und Praxis. München: kopaed, S. 52-72.
- Paus-Hasebrink, Ingrid et al. (2004): Medien, Marken, Merchandising in der Lebenswelt von Kindern. In: Dies. (Hg.): Medienkindheit – Markenkindheit? Untersuchungen zur multimedialen Verwertung von Markenzeichen für Kinder. Schriftenreihe der LPR Hessen, Bd. 18. München: kopaed, S. 133-179.
- Paus-Hasebrink, Ingrid / Bichler, Michelle (2005): Kindheit im Wandel – Bleiben sozial schwache Kinder auf der Strecke? Ein Plädoyer für die Intensivierung der Forschung zum Medienumgang von Kindern aus anregungsärmeren Milieus. In: *Television* 18/2, S. 104-107.
- Paus-Hasebrink, Ingrid (2006): Medienpädagogische Forschung braucht gesellschaftskritischen Handlungsbezug. In: Schorb, Bernd / Theunert, Helga (Hg.): *merz. medien + erziehung. zeitschrift für medienpädagogik*. 50. Jg., Heft 5/06. München: kopaed, S. 22-28.
- Reinhold, Gerd (Hg.) (2000): *Soziologie-Lexikon*. 4. Aufl. München/Wien: R. Oldenbourg Wissenschaftsverlag.
- Reitze, Helmut / ARD-Werbung (Hg.) (2007): ARD/ZDF-Online-Studie 2007. In: dies. (Hg.): *Media Perspektiven*. Heft 8/2007.
- Reitze, Helmut / ARD-Werbung (Hg.) (2007): ARD/ZDF-Studie „Migranten und Medien 2007. In: dies. (Hg.): *Media Perspektiven*. Heft 9/2007.
- Schorb, Bernd / Mohn, Erich / Theunert, Helga (1980): *Sozialisation durch Massenmedien*. In: Hurrelmann, Klaus / Ulich, Dieter (Hg.): *Handbuch der Sozialisationsforschung*. Weinheim/Basel: Beltz, S. 603-627.
- Süß, Daniel (2004): *Mediensozialisation von Heranwachsenden. Dimensionen – Konstanten – Wandel*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Süß, Daniel (2007): *Mediensozialisation zwischen gesellschaftlicher Entwicklung und Identitätskonstruktion*. In: Hoffmann, Dagmar / Mikos, Lothar (Hg.): *Mediensozialisationstheorien. Neuere Modelle und Ansätze in der Diskussion*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 109-130.
- Theunert, Helga / Schorb, Bernd (2004): *Sozialisation mit Medien: Interaktion von Gesellschaft – Medien – Subjekt*. In: Hoffmann, Dagmar / Merkens, Hans (Hg.): *Jugendsoziologische Sozialisierungstheorie. Impulse für die Jugendforschung*. München: Juventa. S. 203-219.
- Theunert, Helga / Wagner, Ulrike (2007): *Neue Wege durch die konvergente Medienwelt. Eine Untersuchung zur konvergenzbezogenen Medienaneignung von 11- bis 17-Jährigen*. In: *merz. medien + erziehung. zeitschrift für medienpädagogik*. 51. Jg., Heft 1/07, S. 42-50.
- Turkle, Sheryl (1999): *Leben im Netz. Identität in Zeiten des Internet*. Reinbek: Rowohlt.
- Vollbrecht, Ralf (2003): *Aufwachsen in Medienwelten*. In: Fritz, Karsten / Sting, Stephan / Vollbrecht, Ralf (Hg.): *Mediensozialisation. Pädagogische Perspektiven des Aufwachsens in Medienwelten*. Opladen: Leske + Buderich, S. 13-24.
- Williams, Raymond (2003): *Television. Technology and Cultural Form*. London: Routledge.
- Zinnecker, Jürgen (2002): *Wohin mit dem „strukturlosen Subjektzentrismus“? Eine Gegenrede zur Entgegnung von Ulrich Bauer*. In: Fend, Helmut et al. (Hg.): *ZSE, Zeitschrift für Soziologie der Erziehung und Sozialisation*. Heft 2/2002. Weinheim: Juventa, S. 143-154.