

Dagmar Hoffmann · Lothar Mikos (Hrsg.)

Mediensozialisationstheorien

Dagmar Hoffmann
Lothar Mikos (Hrsg.)

Mediensozialisations- theorien

Neue Modelle und Ansätze
in der Diskussion



VS VERLAG FÜR SOZIALWISSENSCHAFTEN

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

1. Auflage März 2007

Alle Rechte vorbehalten

© VS Verlag für Sozialwissenschaften | GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden 2007

Lektorat: Monika Mülhausen

Der VS Verlag für Sozialwissenschaften ist ein Unternehmen von Springer Science+Business Media.
www.vs-verlag.de



Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

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

Umschlaggestaltung: KünkelLopka Medienentwicklung, Heidelberg

Druck und buchbinderische Verarbeitung: Krips b.v., Meppel

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Printed in the Netherlands

ISBN 978-3-531-15268-4

Inhalt

Warum dieses Buch? Einige einführende Anmerkungen.	7
<i>Dagmar Hoffmann/Lothar Mikos</i>	
Plädoyer für eine integrative Mediensozialisationstheorie	11
<i>Dagmar Hoffmann</i>	
Mediensozialisation als Irrweg – Zur Integration von medialer und sozialer Kommunikation aus der Sozialisationsperspektive	27
<i>Lothar Mikos</i>	
Kritische Anmerkungen zu Theorien der Mediennutzung und -sozialisation.....	47
<i>Horst Niesyto</i>	
Mediensozialisation: Entwicklung von Subjektivität in medialen und kulturellen Figurationen.....	67
<i>Ben Bachmair</i>	
Der sozialökologische Ansatz der Mediensozialisation.....	93
<i>Ralf Vollbrecht</i>	
Mediensozialisation zwischen gesellschaftlicher Entwicklung und Identitätskonstruktion	109
<i>Daniel Süß</i>	
Zur Bedeutung kommunikativer Aneignungsprozesse in der Mediensozialisation	131
<i>Tilman Sutter</i>	
Nach den Kirchen jetzt das Fernsehen? Kann das Fernsehen Werte vermitteln?	147
<i>Jo Reichertz</i>	
Sozialisation und Geschlecht in der Medienkultur	167
<i>Bettina Fritzsche</i>	
Medienpersonen als Sozialisationsagenten – Zum Umgang Jugendlicher mit medialen Bezugspersonen.....	185
<i>Claudia Wegener</i>	

Identität durch Mediennutzung? Die Rolle von
parasozialen Interaktionen und Beziehungen mit Medienfiguren..... 201
Holger Schramm/Tilo Hartmann

Autorinnen und Autoren 221

Warum dieses Buch? Einige einführende Anmerkungen.

Dagmar Hoffmann/Lothar Mikos

Es gilt als Allgemeinplatz, dass Medien selbstverständlicher Bestandteil des Alltags von Menschen sind. Die alltägliche Nutzung von verschiedenen Medien lässt sich – auch anhand der Selbstüberprüfung – beobachten, und sie ist empirisch durch regelmäßige Befragungen für einen Großteil der Bevölkerung moderner Gesellschaften deutlich belegt. Die Gegenwart wird nicht umsonst als Medien- und Informationszeitalter bezeichnet, das entsprechend *Medien-, Informations- und Wissensgesellschaften* hervorgebracht hat¹, die sich weiter ausdifferenzieren und auch weiterentwickeln werden. Medien üben jedoch nicht nur Funktionen des *Informierens* und *Kommunizierens* aus, sondern die über Medien vermittelten Geschichten und Akteure dienen den Menschen auch wesentlich zur *Unterhaltung* im Sinne eines affektiv-kognitiven Erlebens. In den Medien- und Kommunikationswissenschaften werden Medien – inklusive ihrer Inhalte – sowohl vielfältige *Funktionen* als auch vielfältige *Wirkungen* attestiert, die weitaus mehr als affektive, situative Bedürfnisbefriedigungen meinen. Demzufolge fungieren Medien im Alltag mitunter parasozial, sozial-integrativ, sinngebend, wertschöpfend und identitätsstiftend. Medien scheinen insofern nicht nur auf die Lebenswelt, sondern auch auf die Persönlichkeit eines Menschen Einfluss zu nehmen oder anders ausgedrückt: die Menschen lassen Medien als ‚Einflussgröße‘ bewusst in ihrer Lebenswelt zu. Sie strukturieren und planen ihren Alltag danach, indem sie sich etwa vom Radio wecken lassen, indem sie der regelmäßigen Zeitungslektüre Zeit einräumen und indem sie feste ‚Bezugsendungen‘ im Fernsehen nicht verpassen wollen.

Menschen bekennen sich zu ihren Medienpräferenzen und definieren darüber ihre kulturelle, auch soziokulturelle Zugehörigkeit. Medien sind kultivierend. Eltern gewähren ihren Kindern in den verschiedenen Altersphasen den Zugang zu bestimmten Medien. Sie vermitteln ihren Kindern bestimmte Medieninhalte, von denen sie annehmen, dass sie ihnen gefallen, sie bereichern, belehren und ihnen vielleicht auch helfen, Konflikte besser lösen und Befindlichkeiten wie etwa Ängste oder Trauer bewältigen zu können. Schon in früher Kindheit wird das Medienhandeln nicht nur von den Eltern bestimmt und kontrolliert, sondern erfolgt meist auch schon selbstbestimmt: Bilderbücher werden selbstständig aus

1 Vertreter der verschiedenen Gesellschaftsmodelle kommen bei Pongs (2000) zu Wort.

dem Regal genommen und betrachtet, Hörspiel- und Musikkassetten in den Rekorder eingelegt und abgespielt. Medien können damit als „Instrumente der Sozialisation“ (Schorb 1997: 338) gesehen und als „Hilfsmittel der Enkulturation“ (ebd.) bezeichnet werden, die den Prozess familiärer, schulischer und außerschulischer Sozialisation begleiten, wenn nicht gar mitbestimmen. Im Kindes- und Jugendalter wird der Umgang mit Medien erlernt, im Erwachsenenalter etabliert und im gesamten Lebensverlauf ist er immer wieder von Bedeutung. Zur Einbettung der Medien in die Lebenswelt von Kindern und Jugendlichen liegen einige vor allem medienpädagogisch intendierte Studien vor, in denen davon ausgegangen wird, dass Medien von besonderer Sozialisationsrelevanz sind. Doch woran genau kann eigentlich die Sozialisationsrelevanz festgemacht und wie kann sie empirisch gesichert vertreten werden? Reicht allein die Tatsache aus, dass Jugendliche Daily Soaps und Talks rezipieren, weil dort Themen und Werte verhandelt werden, die in einer bestimmten Entwicklungsphase auch für sie von besonderem Interesse sind? Unseres Erachtens reicht das nicht.

Immer wieder wird von Jugend- und Medienforschenden betont, dass Medien im Jugendalter bedeutsam sind und dass sie gar mit den traditionellen Sozialisationsinstanzen wie der Familie und der Schule konkurrieren und zunehmend an Sozialisationsmacht gewinnen. Aber die Ergebnisse vieler sowohl qualitativer als auch quantitativer wie auch integrativer Rezeptionsstudien überzeugen im Sinne einer soziologischen Sozialisationstheorie offensichtlich nicht, denn dort finden sich *Medien als Instanz der Sozialisation*² nicht oder nur sehr bedingt wieder (Hoffmann/Merkens (Hrsg.) 2004, Geulen 2005, Grundmann 2006). Mit anderen Worten: Was für die medienpädagogische und eher transdisziplinär ausgerichtete Medienwissenschaft theoretisch zumindest nahe liegend ist, erscheint für Sozialisationstheoretiker bislang eher abwegig. Allerdings ist der Sozialisationsaspekt in Mediennutzungs- und wirkungstheorien auch keine elementare, operationalisierte Variable bzw. Bezugsgröße (vgl. z.B. Bonfadelli 2004).

2 Dies bedeutet nicht, dass das Postulat nicht existiert und auch nicht, dass „Medien als Instanz der Sozialisation“ keinen Eingang in Forschungshypothesen gefunden haben, sondern nur, dass es keine dazugehörige, eingeführte Sozialisationstheorie gibt. In den von der DFG geförderten Forschungsprojekten „Hörfunk als Instanz der Jugendsozialisation in alten und neuen Bundesländern“ und „Jugendsozialisation und Medien: Zur Entwicklungsfunktionalität der Medienaneignung im Jugendalter am Beispiel Hörfunk, Musikfernsehen und Internet“ ist der „Ansatz einer Entwicklungstheorie des Jugendalters“ (Boehnke/Münch 2005: 15) entworfen worden, der sich eng an das Konzept der „Entwicklung als Handlung im Kontext“ in der Tradition Silbereisens (1986) und die strukturanalytische Rezeptionsforschung (Charlton/Neumann-Braun 1986) anlehnt. Dieser Ansatz stellt aber keine Sozialisationstheorie dar (was auch nicht das Ziel war), weil sie sehr auf die mikrosozialen Prozesse fokussiert ist und makrosoziale Bedingungen nicht explizit berücksichtigt.

Es lässt sich also festhalten, dass es gegenwärtig an einem zeitgemäßen komplexen Theoriemodell fehlt, das umfassend alle Indikatoren und Parameter berücksichtigt, die bei der Medienutzung, -verarbeitung und -aneignung und – letztendlich auch über die direkte mediale Interaktion hinaus – eine Rolle *im* und *für* das Leben und damit für die Persönlichkeit eines Menschen spielen. Seit den 1980er Jahren wird immer wieder auf den diffusen Verweisungszusammenhang von Individuum, Gesellschaft und Medien hingewiesen, doch eigentliche Wirkmechanismen und dauerhafte Relevanzrahmen bleiben vor dem Hintergrund der Sozialisation des Individuums sowohl theoretisch als auch empirisch weitgehend ungeklärt (Bonfadelli 2006). Ein Theoriedefizit zu beklagen ist ein erster wichtiger Schritt zur Standortbestimmung. Dieses Defizit dann zu diskutieren, ermöglicht den Bestand an Theorieansätzen, an grundsätzlichen Ideen und Erkenntnissen zu erfassen und auf ihre Brauchbarkeit hin zu überprüfen, bevor dann vielleicht neue Perspektiven entwickelt und Modelle kreiert werden. Man muss also zunächst das Potenzial vorhandener soziologischer Medien- und Sozialisationstheorien klären, um dann über sinnhafte Verknüpfungen nachdenken zu können, die im Kontext gegenwärtiger und zukünftiger Medienentwicklungen vernünftig sein können. Das ist eine wissenschaftstheoretisch mehr als interessante Herausforderung. Dabei muss man das ‚Recht auf Scheitern‘ einkalkulieren und anerkennen, denn das Ergebnis einer solchen Diskussion und Überlegung auch sein kann, dass es eigentlich keiner neuen Theorie bedarf, da sich die Relevanz der Medien im Kontext von Sozialisation einfach nicht besser als bisher aufklären lassen wird. D.h. das Resultat kann lauten, dass neue Erkenntnisgewinne mithilfe einer neuen Theorie nicht ausreichend gewährleistet werden können oder aber eine solche Theorie für die Empirie auch von nur sehr geringem Nutzen sein wird, sodass man da keine weiteren kognitiven Anstrengungen unternehmen muss. Schließlich sollte der Zweck einer Theorie – zumindest in positivistischer Sicht – auch in ihrer empirischen Brauchbarkeit begründet sein.

Die Herausgeber dieses Buches haben also eine solche, zunächst ergebnisoffene Diskussion auf dem 32. Kongress der Deutschen Gesellschaft für Soziologie (DGS) an der Ludwig-Maximilian Universität in München initiieren wollen. In der Ad-hoc Gruppe „Ansätze einer modernen Theorie der Mediensozialisation“ sollten bewährte und neue Ideen, alte und neue Modelle sowie aktuelle Untersuchungen kritisch im Hinblick auf mediensozialisationstheoretisch relevante Aspekte diskutiert werden. Die Beiträge der Referenten und Referentinnen der Ad-hoc Gruppe werden in diesem Sammelband nun ausführlich dokumentiert. Mehrheitlich können die Beiträge als Arbeits- und Studententexte verstanden und entsprechend verwendet werden.

Ihre Positionen in München vorgetragen haben neben den Herausgebern Bettina Fritzsche, Horst Niesyto, Daniel Süß, Tilmann Sutter und Claudia Wegener. Darüber hinaus sind weitere Kollegen zur Positionierung und Vervollständigung des Diskurses eingeladen worden: Ben Bachmair, Tilo Hartmann, Jo Reichertz, Holger Schramm sowie Ralf Vollbrecht. Ihnen allen ist zu danken, dass sie unserem Aufruf gefolgt sind und dass sie mit ihren Beiträgen die Breite und Vielfalt theoretischer Perspektiven auf Mediensozialisation aufzeigen und dabei auch die Grenzen von Mediensozialisationstheorien nicht verschweigen.

An dieser Stelle möchten wir uns auch herzlich bei Julia Schwartz und Alrun Seifert für die redaktionelle Mitarbeit bedanken. Für die gewissenhafte Endredaktion des Buches sind wir Sebastian Späthe ganz besonders dankbar. Wir bedanken uns auch bei der *Mikos Media Cooperation* für die finanzielle Unterstützung bei der Drucklegung.

Literatur

- Boehnke, Klaus/Münch, Thomas (2005): *Jugendsozialisation und Medien*. DFG-Forschergruppe „Neue Medien im Alltag“, Bd. 5. Lengerich.
- Bonfadelli, Heinz (2004): *Medienwirkungsforschung I: Grundlagen und theoretische Perspektiven*. Konstanz.
- Bonfadelli, Heinz (2006): 25 Jahre quantitative Jugendmedienforschung im Rückblick. Fragestellungen, theoretische Perspektiven und empirische Zugriffe im Wandel. In: G. Marci-Boehncke/M. Rath (Hrsg.), *Jugend – Werte – Medien: Der Diskurs*. Weinheim/Basel, S. 18-30.
- Charlton, Michael/Neumann, Klaus (1986): *Medienkonsum und Lebensbewältigung in der Familie. Methode und Ergebnisse der strukturanalytischen Rezeptionsforschung – mit fünf Falldarstellungen*. München.
- Geulen, Dieter (2005): *Subjektorientierte Sozialisationstheorie. Sozialisation als Epigenese des Subjekts in Interaktion mit der gesellschaftlichen Umwelt*. Weinheim/München.
- Grundmann, Matthias (2006): *Sozialisation. Skizze einer allgemeinen Theorie*. Konstanz.
- Hoffmann, Dagmar/Merkens, Hans (Hrsg.) (2004): *Jugendsoziologische Sozialisationstheorie. Impulse für die Jugendforschung*. Weinheim/München.
- Pongs, Armin (2000): *In welcher Gesellschaft leben wir eigentlich? Gesellschaftskonzepte im Vergleich*. Bd. 2. München.
- Schorb, Bernd (1997): *Sozialisation*. In: J. Hüther/B. Schorb/C. Brehm-Klotz (Hrsg.), *Grundbegriffe Medienpädagogik*. München, S. 335-341.
- Silbereisen, Rainer K. (1986): *Entwicklung als Handlung im Kontext: Entwicklungsprobleme und Problemverhalten im Jugendalter*. In: *Zeitschrift für Sozialisationsforschung und Erziehungssoziologie*, 6. Jg., H.1, S. 29-46.

Plädoyer für eine integrative Mediensozialisationstheorie

Dagmar Hoffmann

Der Begriff der Mediensozialisation hat gegenwärtig insbesondere in der Medienwissenschaft und der Medienpädagogik Konjunktur, und dies, obwohl er kaum theoretisch fundiert und insbesondere für empirische Zwecke kaum operationalisiert worden ist. Es existiert eine Vielzahl von *Medienwirkungs-* und *Mediennutzungstheorien*, die sich mehr oder weniger umfassend mit den Motiven, den Formen und den Konsequenzen der individuellen Medienrezeption beschäftigen. Je nach disziplinärem Zugang und Anspruch werden in den vorhandenen Theorien gesellschaftliche und individuelle Bedingtheiten unterschiedlich berücksichtigt, die für die Rezeption von Medien gerade im Verbund von makrosozialen und mikrosozialen Prozessen eine bedeutsame Rolle spielen können. Ausgesprochen selten werden jedoch Theorien zur *Medienrezeption* mit Theorien zur *Sozialisation* von Menschen verknüpft. Diesem Manko widmet sich der folgende Beitrag¹. Es wird dafür plädiert, Konzepte und Modelle der Sozialisation möglichst systematisch mit *Mediennaneignungsprozessen* in Verbindung zu bringen. Will man die komplexen Phänomene individueller und kollektiver Mediennutzung überzeugend erfassen und erklären, so könnte aus meiner Sicht ein Modell einer Mediensozialisationstheorie von großem Nutzen sein. Die gestalterischen Momente einer solchen Theorie, die von ihrer generativen Komplexität her eine große Reichweite – sprich immense Erklärungskraft und ein möglichst umfassendes Erkenntnisinteresse (Donges/Meier 2001) – haben sollte, werden hier zunächst nur aufgezeigt und nicht modellhaft vollendet werden können.

Die Diskussion über eine Mediensozialisationstheorie scheint angezeigt (wenn nicht gar überfällig zu sein), um aus meiner Sicht a) die dogmatischen Grenzen zwischen *kulturpessimistischen* und *medienkulturellen* Ansätzen zur Erklärung und Wirkung der Mediennutzung (Süss 2004) zu überwinden und b) differenzierte, akteursadäquate sozialwissenschaftliche Methoden entwickeln zu können,

¹ Für die kritisch-engagierte Kommentierung meines Ursprungsskripts (Hoffmann 2006a) danke ich ganz besonders Bettina Völter, Hendrik Wahl und Matthias Grundmann.

die in ihrer Anwendung und mit ihren Ergebnissen nachhaltig überzeugen können. Im Prinzip weiß man einfach bislang sehr wenig darüber, welche mittelbaren, welche mittelfristigen sowie auch biografischen Konsequenzen welche Arten der Mediennutzung für die Persönlichkeit eines Menschen haben.

Gegenwärtig – so lässt sich bilanzieren – haben die sozialwissenschaftlichen Disziplinen keine Mediensozialisationstheorie zu bieten, die die Dynamiken zwischen Individuum, Medien und Gesellschaft treffsicher beschreiben kann *und* die Prozesse von Individuation, Identität, Individualisierung und Modernisierung mit einschließt. Vor allem auch fehlt es an universellen Modellen, d.h. an Modellen mit Langzeitperspektive (vgl. Ludes 1998, Hoffmann 2006b). So weiß man nicht, wie relevant z.B. mediale Identifikationen von Menschen dauerhaft sind und welche Rolle es spielt, dass man sich im Alter von fünf Jahren mit *Harry Potter* identifiziert, mit acht Jahren *Spiderman* ‚super‘ findet, mit elf Jahren *Ronaldinho* anhimmt, mit 14 sich an dem Multitalent *Stefan Raab* orientiert und mit 17 Jahren dem Gitarristen *Noel Gallagher*² nacheifert. Man weiß nicht genau, ob Medien brauchbare „Mentoren“ sind und Medienakteure Leitbildfunktionen übernehmen, wenn es darum geht, die Individuation voranzutreiben. Man weiß auch nicht, inwieweit Medien den Menschen im Informations- und Netzwerkzeitalter ‚zum Menschen machen‘ bzw. inwiefern traditionelle und neue Medien das Menschensein (wirklich) begünstigen oder beeinträchtigen (Pirner/Rath 2003: 9). Was heißt es, der „Fernsehgeneration“ (Meyrowitz 1987), der „Netzgeneration“ (Hebecker 2001) oder der „Cybergeneration“ (Kellner 1997) anzugehören oder ihnen zugeschrieben zu werden? Welchen universalen Wahrheitsgehalt hat die in der qualitativen Untersuchung von Barthelmes und Sander (2001) gewonnene Erkenntnis, dass die Freunde sozialisationsrelevanter als Medien sind, wo doch Freundschaftsbeziehungen in der Gegenwartsgesellschaft nicht nur, aber auch über die gemeinsame Mediennutzung hergestellt werden? Würde dieser Fragenkatalog hier noch weitergeführt werden, was problemlos möglich wäre, so würden die Unsicherheitsfaktoren nicht weniger werden. Grundsätzlich stellt sich also die Frage danach, welche Medien überhaupt welchen Einfluss ausüben und welche Potenziale sie für die Sozialisation besitzen – vor allem im Verbund mit anderen Sozialisationsinstanzen (Hoffmann 2002). Es scheint an dieser Stelle zunächst ratsam zu klären, was mit Medien gemeint ist, wenn von Mediennutzung und Medienkonsum gesprochen wird, und was Medien im Kontext von Sozialisation allgemein auszeichnet.

2 Mitglied der Band *Oasis*.

1. Medien im Kontext von Sozialisation

Auf die Frage, was denn Medien sind bzw. ein Medium sei, restümiert Neumann-Braun (2002: 29) sehr treffend, dass es darauf viele Antworten gibt. Gleichwohl besteht der Eindruck, dass jedermann eine Vorstellung davon hat, was man mit Medien meint, wenn man ihn nach seiner Mediennutzung fragt. Menschen assoziieren damit zumeist das Fernsehen, Radiohören, Zeitung lesen und weniger den Museumsbesuch oder das Briefeschreiben, wobei auch hier Medien betrachtet, kreiert und benutzt werden. Wenn es also um die Sozialisation *mit* und *durch* Medien geht, ist also kaum der Umgang mit dem Füllfederhalter gemeint oder das Durchreichen des Spick- oder Mitteilungszettels unter der Schulbank, sondern eher die Nutzung elektronischer bzw. technologischer Übertragungs- und Informationsmedien, die in der Regel einen großen Verbreitungsgrad haben, d.h. von vielen Menschen nicht unbedingt, aber auch mitunter zeitgleich genutzt werden können. Wenn hier im Folgenden von Medien gesprochen wird, handelt es sich um Kommunikationsmedien, „die auf eine funktional komplex strukturierte Weise Kommunikation zwischen mehreren Menschen herstellen.“ (Hickethier 2003: 22). Komplexe Kommunikation zwischen Menschen meint, dass sich diese Kommunikation anderer basaler Medien wie etwa der Sprache, der Schrift, der Kamera oder anderer Aufzeichnungs- und Speichertechniken wie aber auch der Satellitensysteme und anderer Übertragungswege bedient und sie funktionalisiert (ebd.: 22f.). Dabei ist der Adressat des Medieninhalts nicht unbedingt personell definiert, sondern in der Regel handelt es sich um ein disperses, meist anonymes Publikum (Maletzke 1963: 32). Die Medieninhalte werden öffentlich verbreitet und sind großen Personengruppen zugänglich, sie sind zeitlich und räumlich nicht unbedingt begrenzt. Diese Kriterien erfüllen so genannte Massenmedien wie das Fernsehen, das Radio, Filme, Bücher, Zeitungen und Zeitschriften; in Teilen erfüllen diese Kriterien auch das Internet und Mobiltelefone, die visuelle, auditive und audiovisuelle Texte bereitstellen. Zurzeit sind die Angebote des Internet weitaus vielfältiger als die des Fernsehens, auch sind die Nutzungsweisen des Internet heterogener, was aber nur der Tatsache geschuldet ist, dass das Internet die ‚Kernmedien‘ integriert und sie konvergieren lässt.

All diese Medien – also die meisten – sind aus dem alltäglichen Leben der Individuen moderner Gesellschaften nicht wegzudenken. Die Menschen, die gänzlich ohne Massenmedien auskommen, sind in hiesigen Gesellschaften rar. Will man an der Komplexität der Gesellschaft teilhaben, bedarf es eines Zugangs zu den „allgemein verbindenden und verbindlichen medialen Informations- und Kommunikationstechniken“ (Neumann-Braun 2000: 32), die als Massenmedien bezeichnet werden. Sie stellen Informationen und Wissen bereit, das allerdings nur

einen Ausschnitt von Wirklichkeit transportiert, das aber dennoch zur Wirklichkeitskonstruktion und -vermittlung beitragen kann, indem dem Rezipienten Abbilder einer „empirischen Wirklichkeit“ (ebd.) angeboten werden, die für ihn (bzw. ein disperses Publikum) ausgesucht, aufbereitet und meist rekonstruiert worden sind. Wie der Rezipient diese aufbereiteten, übertragenen Wirklichkeiten deutet, verarbeitet, einordnet und nutzt, hängt von vielzähligen individuellen und gesellschaftlichen Faktoren, Erwartungen und Kompetenzen ab. Die Deutung und Nutzung medialer Angebote stellt – so wird hier postuliert – insofern eine Form von sozialer, kultureller und gesellschaftlicher Handlungspraxis dar, die im Laufe des Lebens erlernt und auch immer wieder erneut gefordert wird.

Was für wahr und glaubwürdig, wichtig oder unwichtig, was für ethisch vertretbar oder unmoralisch gehalten wird, wird sowohl in face-to-face-Beziehungen als auch über institutionalisierte Beziehungen (wie etwa der Schule oder Kirche) verhandelt. Wie man in der Gesellschaft zurechtkommt, wie man mit anderen Menschen umgeht, wie man auf sie zugeht und wie man sich in der Öffentlichkeit verhält, wird in unmittelbaren, aber auch mittelbaren Kommunikations- und Interaktionsbeziehungen erlernt. Darüber ist man sich in den Sozialwissenschaften weitestgehend einig.

Das für Gemeinschaften und Gesellschaften notwendige *Handlungswissen* (Berger/Luckmann 1969) und die *Handlungsorientierungen* werden demzufolge in familiären, schulischen, außerschulischen, beruflichen, politischen oder auch kirchlichen Kontexten – also in verschiedenen Umwelten – vermittelt. In diesen Vermittlungsprozessen geht das Individuum zu den vermittelnden Instanzen symmetrische oder auch asymmetrische Beziehungen ein. Es erfährt wechselseitige oder einseitige Kommunikations- und Interaktionsbeziehungen, und es nutzt die jeweiligen Umwelten bzw. Instanzen zur Sozialisation zwangsläufig (wie etwa die Schule) oder auch freiwillig (wie etwa den Sportverein), spontan oder zielgerichtet, bewusst oder unbewusst.

Die moderne Gesellschaft ist so konstituiert und konstruiert, dass für die *Erziehung von* und die *Bildung der* Menschen verschiedene Institutionen verantwortlich sind. Institutionen können prinzipiell „als Bedingungsrahmen“ (Tillmann 1994: 105) betrachtet werden, die Sozialisation strukturieren. Besonders strukturell-funktional sind Kindergärten, Schulen und Ausbildungsstätten organisiert. Und so werden sie meist auch von den Beteiligten erlebt und wahrgenommen. Diese Institutionen haben einen mehr oder weniger klaren Erziehungs- bzw.

Bildungsauftrag³. Sie stehen als Instanz der Sozialisation außer Frage. Mit Medien verhält sich das aber anders, ihr Einflusspotenzial gilt zumindest bei den Sozialisationstheoretikern als diffus, obwohl Medien insbesondere in bildungspolitischen und pädagogischen Kreisen gern – vor allem im Fall von abweichendem Verhalten oder non-konformen Einstellungen – als „(un-)heimliche Miterzieher“⁴ verstanden werden. Doch offenbar bedarf es im Fall der Medien eben weiterer, nicht nur einer erzieherischen Komponente, um den Status einer Instanz der Sozialisation zu erhalten. Sozialisation erfolgt nach Ansicht der Sozialisationstheoretiker zweifellos auch in medialen Umwelten, aber es bleibt in diesen Beziehungen relativ unklar, wer mit wem wie interagiert: Agiert ein Akteur mit einem Medium oder agieren zwei Akteure, in dem sie sich über Medien verständigen (Grundmann 2006: 26)? Wie beziehen sich die Akteure in der Rezeptionssituation in ihrem Handeln aufeinander? Was wird wem vermittelt, was wird wie untereinander ausgehandelt und wie werden welche *Handlungskompetenzen* und *gemeinsame Handlungsperspektiven* generiert?

2. Sozialisationstheorien und Medien

Immerhin wird Medien eine Rolle im Prozess der Sozialisation bescheinigt, diese wird von den Sozialisationstheoretikern inhaltlich nur nicht näher bestimmt. Die vorhandenen sozialisationstheoretischen Ansätze (vgl. z.B. Geulen/Veith (Hrsg.) 2004; Geulen 2005; Grundmann 2006) beschäftigen sich kaum mit dem Sozialisationspotenzial der Medien. Medien werden nicht als autonome, relevante Sozialisationsinstanz wahrgenommen (vgl. Süß 2004), allenfalls im soziokulturellen Umfeld verortet (Hurrelmann 2002: 254ff.). Für die Vernachlässigung der Medien in theoretischen Modellen und Konzepten zur Sozialisation vermute ich zwei Gründe:

Zum einen wird immer wieder behauptet, Medien bieten keine sozialisationsrelevanten Wirklichkeitserfahrungen. Unterstellt wird, dass Menschen nur über Pri-

3 Bildungs- und Erziehungsaufträge variieren je nach ideologischer bzw. konfessioneller Zugehörigkeit sowie auch nach politischer ‚Hörigkeit‘ wie im Fall der Diskussionen um die PISA-Studien. Nunmehr ist wieder eine dominante Prämisse einer vermeintlich zeitgemäßen Erziehung die Leistungsmotivation und die beständige Leistungsabforderung. Hohe Leistungsanforderungen sind jedoch lange Zeit als soziale Risikofaktoren betrachtet worden, die psychische Überforderungen, psychosoziale und psychosomatische Störsymptome zur Folge haben konnten (Hurrelmann 1993: 285). Diese Befürchtungen und empirischen Befunde vergangener Zeiten interessieren aktuell kaum.

4 Zitiert aus dem Erziehungskonzept zum Thema „Medienkompetenz“ des Pestalozzi-Fröbel-Hauses. Siehe <http://www.pfh-schulen.de/medien.html> [Zugriff am 2.10.2006, inhaltliche Verantwortung Doris Breuer]

märerfahrungen, über soziale Realitäten und „authentische“ Ereignisse lernfähig sind, reflexiv verarbeiten und handeln können. Hurrelmann (1993) spricht in dem Zusammenhang von dem Subjekt, das sich mit seiner „inneren Realität“ der „äußeren Realität“ stellt. Das menschliche Subjekt befindet sich in einem „*sozialen und ökologischen Kontext, der subjektiv aufgenommen und verarbeitet wird, der in diesem Sinn also auf das Individuum einwirkt, aber zugleich immer auch durch das Individuum beeinflusst, verändert und gestaltet wird*“ (Hurrelmann 1993:64). Die „äußere Realität“ ist die gesellschaftlich vermittelte soziale und dinglich-materielle Umwelt. Dieser werden Medien nachrangig zugeordnet, weil die reziproke Beziehung zwischen ihnen und dem Subjekt und auch die Gestaltbarkeit der Medien durch die Subjekte nicht geklärt ist.

Es wird vielfach angenommen, dass man sich mit medialen „*second hand*“-Angeboten kaum aktiv, sinnstiftend oder gar dauerhaft auseinandersetzt. Die modernen Medienformate ermöglichen – so wird behauptet – zudem auch immer weniger das Erkennen der Differenz von Realität und Imagination. Sie bieten Imaginationserfahrungen an, die vielleicht sozialisationsrelevante Wirklichkeitserfahrungen ersetzen könnten. Die sozialisatorischen Konsequenzen solcher „Ersatz-“ oder Sekundärerfahrungen bleiben aber z.B. in der Einschätzung des Soziologen Matthias Junge (2004) weitgehend unbekannt.

Zum zweiten werden Medien von den Sozialisationstheoretikern nicht weiter in deren Modelle eingebaut, weil sie – anders als die klassischen Sozialisationsinstanzen – dem Sozialisanden nichts zurückspiegeln können. Im Sinne der Rollentheorie (symbolischer Interaktionismus) wird erwartet, dass Medien ein positives oder negatives Feedback geben müssten, damit Rollenidentifikation, Verhaltensadaptionen oder Werteinternalisierung erfolgen können. Demzufolge wird keine wechselseitige bzw. reziproke Beziehung zwischen Individuum und der medial vermittelten Realität hergestellt. Sofern dem so ist, sind Medien als Instanzen der Sozialisation vermutlich tatsächlich nicht qualifiziert.

An dieser Stelle frage ich mich jedoch, ob man damit nicht einem Irrtum unterliegt und ob der ‚Instanzbegriff‘ hier nicht zu eng gefasst wird. Wirken Medien bzw. Medieninhalte denn nicht direkt und teilweise sogar recht offensiv auf das Individuum ein? Sprechen Medieninhalte nicht auch indirekt und mittelbar das Individuum an und sanktionieren sein Verhalten positiv bzw. negativ? Wird das Verhalten und werden die Einstellungen nicht sogar konditioniert, bewertet, unterstützt oder auch verurteilt? In den 1980er Jahren hat der Sozialpsychologe Albert Bandura (1989) keinen Zweifel daran gehabt, dass Menschen auch die über Medien vermittelten Verhaltensweisen beobachten und auf ihre Brauchbar-

keit hin für sich überprüfen. Ebenso wie die Verhaltensweisen der Medienakteure sind für sie auch deren Einstellungen von modellhaftem Charakter. Das Individuum wägt stets ab, wie nützlich, hilfreich und praktikabel eine Übernahme der angebotenen Modelle sein kann und ob ihm die ‚Anwendung‘ im Alltag eine erhöhte Aufmerksamkeit und Anerkennung verschaffen könnte. Die Übernahme medialer Angebote muss für ihn unbedingt im Einklang mit den eigenen motorischen bzw. kognitiven Fähigkeiten stehen, ansonsten gibt es für ihn keinen Grund, diese zu erlernen und sich diese anzueignen. Bei der Reproduktion beobachtet das Individuum sich und seine Umwelt genau. Eine Übernahme des Modells erfolgt eigentlich dann nur beim Eintritt des gewünschten Effekts, in der Regel der Förderung und Stärkung des Selbstbewusstseins bzw. der Selbstwirksamkeit (*self efficacy*). Banduras sozial-kognitive Theorie der Massenkommunikation (1989) ist empirisch nur unzureichend überprüft worden und hat bedauerlicherweise bis heute auch keine übermäßig große Anerkennung erfahren. Zu fragen wäre im Hinblick auf eine Theorie der Mediensozialisation, inwiefern Banduras theoretischen Annahmen des Modelllernens mittels der medialen Angebote sich dauerhaft auf die Persönlichkeitsentwicklung eines Individuums auswirken und inwiefern sich die Medienproduzenten wiederum an der Nachfrage und dem Nutzen ihrer Rezipienten im Hinblick auf die Programmgestaltung in ihren Angeboten orientieren.

Des Weiteren wird von den zeitgenössischen Sozialisationstheoretikern das Rezeptionshandeln als wechselseitiger Prozess der Kommunikation und Interaktion verkannt. So finden sich bei genauerer Betrachtung gegenwärtig dialogische, quasi-dialogische, performative und auch interaktive Rezeptionshandlungen (vgl. auch Kübler 1983). Was direkte Rückkoppelungen anbetrifft, so bieten beispielsweise die bei Jugendlichen sehr beliebten Talks und auch „*Call Ins*“ im Radio sowie Gespräche im Fernsehen etwa mit *Domian* (WDR) oder auch *Sara Kuttner* (VIVA) diese durchaus. Diese Sendungen bauen darauf auf, dass Zuhörer bzw. Zuschauer dort anrufen und themenbestimmend das Geschehen gestalten. Rezipienten offenbaren Moderatoren unter anderen ihre Beziehungsprobleme, Schulden, Suzidabsichten etc. In diesen Fällen sind Medienakteure wichtige und ernstzunehmende Interaktionspartner. Diese Sendungen wie auch die *Daily Talks* am Nachmittag sind mehr als unterhaltend; sie stellen ein institutionelles Angebot dar, das Moralverhandlungen vornimmt, zu denen man sich über die performative Nutzung als Betroffener und auch mehr oder weniger außenstehender Beobachter positionieren kann (vgl. Reichertz 2000). In gleicher Weise wird auch das Internet über Chats, Foren und ganz verschiedene Portale zielgerichtet und – wie gern betont wird – vor allem sinnstiftend frequentiert. So sind z.B. Sites wie *Loveline.de* oder *Bravo.de* stark nachgefragt, wo Heranwachsende sich

zu ihren intimsten Problemen und Wünschen via Internet beraten lassen können (vgl. Hoffmann 2005a, 2005b). Diese mediale Beratung ist keine face-to-face-Kommunikation, sie erfolgt anonym. Und gerade das macht sie so attraktiv, denn bestimmte entwicklungsrelevante Themen lassen sich am besten so und nicht mit Eltern, Lehrern oder auch Freunden verhandeln.

Zeitgenössische Sozialisations-theorien sind nun nicht gänzlich ungeeignet für das Phänomen der Mediensozialisation. Es fehlt eigentlich nur das integrative Moment und das Zugeständnis, dass institutionelle Instanzen wie Medien *auch* einen Einfluss auf die Persönlichkeitsentwicklung von Menschen haben⁵ und als Ressource genutzt werden (vgl. Süß 2004). Der Schule als institutionelle Instanz wird dies seit langer Zeit zugestanden, doch Medien sind vermutlich für Sozialisationsbelange strukturell-funktional weniger fassbar und berechenbar. Zumindest Junge bilanziert in seinem Aufsatz über „Sozialisations-theorien vor dem Hintergrund von Modernisierung, Individualisierung und Postmodernisierung“ sehr kritisch und in gewisser Weise appellativ, dass man in der Sozialisationsforschung zu sehr auf Familie, Schule, Peers und Beruf festgelegt sei und „die neu entstehenden Bedingungs- und Problemkonstellationen der Sozialisation wie Medien, Natur, Konsum und Identifikation kaum berücksichtigt“ (Junge 2004: 45). Mediensozialisation ist für Sozialisations-theoretiker und -forscher gegenwärtig ein „Spezialproblem“, das man nicht in eine allgemeine Theorie der Sozialisation aufzunehmen bereit ist (vgl. Veith 1996, Süß 2004). Als Spezialproblem hat es seit nunmehr über zwanzig Jahren (erstmalig 1980) seinen Platz im Handbuch für Sozialisationsforschung von Hurrelmann/Ulich (Hrsg.) (1998). Nur wenig verändert findet sich dort der Aufsatz von Schorb/Mohn/Theunert (1998) mit dem Titel „Sozialisation durch (Massen-)medien“, der die handlungs- und subjektbezogenen Perspektiven auf Mediensozialisation betont, der explizit auf den wechselseitigen Wirkzusammenhang von Subjekt, Medien und Gesellschaft hinweist und die Begrenztheit von monokausalen Ansätzen (im Sinne von Medienwirkungen) hervorhebt. Hier wird der Versuch unternommen, den Begriff der Mediensozialisation zu definieren, wobei die Wirkmechanismen, d.h. die Dynamiken und Regelungsprozesse zwischen Subjekt, Medien und Gesellschaft nicht deutlich ausgeführt werden können. Schorb/Mohn/Theunert (1998) sprechen sich gegen ein funktionalistisches Verständnis von Sozialisation aus und

5 Diese Erkenntnis fiel den Psychologen weitaus leichter, die innerhalb kürzester Zeit eine Medienpsychologie haben etablieren können. Sie haben in allen Teildisziplinen der Psychologie die Medien integrieren können und die Relevanz der Medien im Hinblick auf die Kognitions- und Wahrnehmungsfähigkeiten der Menschen rechtzeitig erkannt. Ihnen ist sehr bald deutlich gewesen, dass sowohl Medien auf die Persönlichkeitsentwicklung von Menschen einen großen Einfluss haben als auch die Persönlichkeit eines Menschen die Rezeptionsweise bestimmt (vgl. Mangold/Vorderer/Bente (Hrsg.) 2004).

betonen die interaktionistische Perspektive. Da der Titel des Handbuchartikels jedoch eine „eher objektivistische, implizit kausalistisch gedachte Funktionalität“ (Kübler 1997: 6) induziert, die sicherlich nicht intendiert war, sprechen Theunert/Schorb nunmehr von der „Sozialisation mit Medien“ (2004). Menschen treten demnach schon von Beginn ihres Lebens an zu ihrer Umwelt (inklusive der Medien!) und deren Gegebenheiten in eine interaktive Beziehung und entwickeln „im Wechselspiel zwischen intentionaler und nicht intentionaler Einflussnahme von Außen und inneren Aneignungsprozessen“ ihre Handlungsfähigkeit, die „die weitere Auseinandersetzung mit der Umwelt leitet und zugleich verändernd auf diese einwirkt“ (Theunert/Schorb 2004: 204). Deterministischen Internalisierungskonzepten von Sozialisation wird hiermit eine Absage erteilt. Individuen werden demzufolge nicht nur sozialisiert, sondern sie handeln stets eigenaktiv und suchen sich die Handlungsfelder bzw. Institutionen wie etwa Medien aus, die sie zur Verwirklichung ihrer Ziele und für die individuelle Entwicklung für angemessen und brauchbar halten. Diese Erkenntnis korrespondiert mit älteren erziehungssoziologischen (Havighurst 1972) und entwicklungspsychologischen Modellen (Silbereisen/Eyferth/Rudinger 1986), aber sie ist im Hinblick auf mediensozialisationstheoretische Fragestellungen und im Bereich der Jugendmedienforschung praktisch kaum angewendet worden⁶. Die Durchsicht der *Zeitschrift für Soziologie der Erziehung und Sozialisation* zeigt, dass in kaum einem Beitrag Medien als sozialisationsrelevante Größe betrachtet werden, dabei beschäftigen sich Kinder und Jugendliche in ihrer außerschulischen Zeit stundenlang mit Medien und finden über die Nutzung der Medien verschiedene Wissensvermittlungen und -aneignungen statt (vgl. Bonfadelli 1981: 61f. und 90f.). Kinder und Jugendlichen beziehen ihr Wissen über Politik, über Moral, über Geschlechterrollen, über Sexualität und vieles andere mehr nicht nur, aber auch aus den Medien.

3. Medientheorien und Sozialisation

Die Berücksichtigung von Sozialisationsaspekten in Medientheorien wiederum stellt sich ebenfalls defizitär dar und konnte keineswegs – wie von Bonfadelli (1981) vor 25 Jahren eingefordert – etabliert werden. Bonfadelli plädierte damals für eine neue Begriffsbestimmung von Sozialisation, die möglichst interdisziplinär erfasst, dass Sozialisation „*zunächst einmal als Prozess der Entwicklung der Persönlichkeit im Sinne der Herausbildung einer sozial-kommunikativen Kompetenz verstanden werden [muss] und zwar in Abhängigkeit und aktiver Auseinan-*

6 Mit Ausnahme der DFG-Studien zur Entwicklungsrelevanz des Radios, Musikfernsehens und des Computers (vgl. Boehnke/Münch 2005).

dersetzung mit verschiedensten Sozialisationskontexten...“ (Bonfadelli 1981: 42). Sozialisationskontexte sind für ihn prinzipiell als historisch-gesellschaftlich vermittelte zu begreifen. Die Sozialisation beinhaltet „*das strukturelle Gesamt der Verhaltensweisen z.B. der Eltern und im weiten Sinn (..) alle Faktoren der soziokulturellen Umwelt überhaupt, die sozialisierend auf den Heranwachsenden einwirken* (ebd.)“. Sie erscheint auch „*als Teilprozess des Werdens der Persönlichkeit, als Lernen und als aktive Auseinandersetzung mit Verhaltensweisen, Normen und Werten, also als Ausdifferenzierung einer sozial-kommunikativen Kompetenz, d.h. als Prozess der Veränderung des Subjekt selbst.*“ (ebd.: 42f.). Ein Handlungsfeld neben anderen stellen für ihn die Massenmedien dar. Wie andere Handlungsfelder auch haben sie Anteil an der Persönlichkeitsentwicklung von Menschen. Dieses Postulat wurde erst möglich, als man begriffen hatte, dass die Rezeption von Medien ein in der Regel aktives, sinnorientiertes soziales Handeln ist, mit dem Menschen Bedürfnisse befriedigen (wollen) und von dem sie auch Problemlösungen erwarten. Die Vertreter des Uses-and Gratification-Approaches (Katz/Foulkes 1962; Blumler/Katz 1974) hatten zuvor daraufhin gewiesen, dass die Bedeutung der Medien stets abhängig von den vorhandenen funktionalen Alternativen ist (anderen realen Interaktionsmöglichkeiten) und auch von der Person an sich (ihrer psychischen Struktur) und ihren Fähigkeiten, Bedürfnisse zu befriedigen. Sie haben auch betont, dass Medienhandeln in sozialen und gesellschaftlichen Kontexten erfolgt, die wiederum die Motive der Rezeption bestimmen können. Die vielfältigen Kategorisierungen von Bedürfnissen der Rezeption sind bekannt: affektive, kognitive, interaktive, integrative, parasoziale u.a.. Der Uses-and Gratification Approach und auch erweiterte handlungstheoretische Nutzenansätze operieren gern mit Pfadmodellen (sowohl theoretischen als auch statistischen), d.h. sie versuchen Bedingungsfaktoren zu identifizieren, die in linearen Abläufen bei Individuen zu bestimmten Verhaltensweisen und Wirkungen im Sinne von Gratifikationen führen. Hier hat man es immer wieder mit zwei Problemen zu tun: Zum einen lässt sich die Prozesshaftigkeit detailgetreu nicht belegen, sie bleiben logische Grundannahmen. Zum anderen lassen sich nur die bewussten Funktionsorientierungen nachweisen (meist über die Reflexionen des Rezipienten), die unbewussten bleiben dem Empiriker verschlossen, weil auch der Rezipient über diese Bedürfnisse keine Auskunft geben kann. Das heißt: Insbesondere sozialisationsrelevante Funktionen können nur angenommen werden, sie finden aber in den Theoriemodellen der handlungstheoretischen Nutzenansätze keinen festen Platz, was vermutlich dem strengen Linearitätsprinzip geschuldet ist. Und hier findet sich aus meiner Sicht die vielleicht entscheidende Dysharmonie beider Theoriedisziplinen: Medientheorien sind sehr auf das gegenwartsbezogene Medienhandeln und auf ableitbare Nutzungsmotive fokussiert, wobei die Effektivität des Handelns stets qualifizierbar

und quantifizierbar sein soll⁷. Was im Übrigen häufig dazu führt, dass die Medien in ihrer Bedeutung für menschliches Handeln *überschätzt* werden. Moderne Sozialisationstheorien hingegen stellen das soziale Handeln von Menschen immer in den Kontext ihrer Handlungsfähigkeit, ihrer sozialkognitiven und moralischen Entwicklung. Im Hinblick auf die Subjektwerdung interessieren sie sich prioritär für die Interaktionen mit sozialen Akteuren und gesellschaftlichen Institutionen. Medien als Institution inklusive ihrer Akteure klammern sie in ihren Theorien aus, was als deutlicher Hinweis gewertet werden kann, dass Medien in ihrer Sozialisationsrelevanz *unterschätzt* werden. Ihre Einflüsse und ihre funktionalen Bedeutungen bleiben diffus.

Das einzige medientheoretische Konzept, das sich gegenüber den Aspekten von Sozialisation und Entwicklungsbewältigung nicht resistent zeigt, ist in der strukturanalytischen Rezeptionsforschung zu finden, die sich – warum auch immer – nicht als Theorie zu erkennen geben möchte. Die strukturanalytische Rezeptionsforschung besteht darauf, dass sich Rezeptionshandeln nur erklären lässt, wenn Lebenswelten und die Prozesse der Lebensbewältigung von Individuen – in dem Fall waren es Kinder – mitgedacht wird. Medienhandeln wird dabei nicht nur im Sinne des situativen Copings oder der Kompensation analysiert, sondern in seiner komplexen Bedeutung für die Auseinandersetzung mit Entwicklungsaufgaben, wobei die Identitätsausbildung und -bewahrung⁸ im Vordergrund steht (vgl. Charlton/Neumann 1986; Charlton/Neumann-Braun 1992). Das strukturanalytische Prozessmodell bedient sich unter anderem der Annahmen des Uses-and-Gratification-Approaches, der Handlungstheorien (Methode zur Rekonstruktion des Sinns von Handlungen) und ist soziologisch dem (symbolisch) interaktionistischen Paradigma zuzuordnen. Charlton und Neumann-Braun (1992) differenzieren drei Handlungsebenen: Sie betrachten den eigentlichen Rezeptionsprozess (die Auseinandersetzung des Rezipienten mit dem Medienangebot), den situativen und kulturellen Kontext und stellen das Mediennutzungsverhalten in einen weiteren Zusammenhang mit den Aufgaben der Lebensbewältigung und Identitätsausbildung, denen sich der Rezipient gegenüber sieht. Sie berücksichtigen zudem das Moment der individuellen Rückkoppelungen und der Veränderungen des kulturellen bzw. gesellschaftlichen Kontextes durch die „mediatisierten Individuen“. Hierzu ist anzumerken, dass sich Entwicklungsbewältigung nicht nur auf Identitätsentwicklung beschränkt, sondern sehr komplex ist, es sei denn, man subsumiert alle anderen Entwicklungsaufgaben der Identitätsentwicklung. Dies ist wissenschaftstheoretisch nicht unmöglich. Allerdings müsste dann die Identi-

7 Man denke hier auch an die Anhänger der Kultivierungshypothese.

8 Die Identitätsbewahrung wird nach Schimank (1999) allerdings erst im Erwachsenenalter relevant.

tätsausbildung wiederum in personale, soziale, familiäre, berufliche, sexuelle usw. differenziert werden. Und hier wären dann sozialisationstheoretische Paradigmen gefragt.

4. Das Beispiel „Identität und Identifikationen“

Am Beispiel der Identitätsausbildung wird die sozialisatorische Bedeutung der Medien zumindest in der Jugendphase eigentlich recht deutlich (siehe auch die Beiträge von Fritzsche und Wegener in diesem Band)⁹. Dies könnte ein aussichtsreicher Ansatzpunkt für eine integrative Mediensozialisationstheorie sein. In Anlehnung an Havighurst (1972) und Dreher und Dreher (1985) geht es in der Jugendphase vor allem darum, in einem bestimmten Kontext und bestimmten Zeitrahmen verschiedene Entwicklungsaufgaben durch ein aktives und zielbezogenes Handeln bewältigen zu können. Es soll z.B. der Umgang mit Gleichaltrigen erlernt und die eigene körperliche Erscheinung akzeptiert werden. Zudem sollen Jugendliche sich von ihren Eltern ablösen und allgemein sozial verantwortungsvolles Handeln übernehmen. Schließlich gilt es auch, ein Lebenskonzept zu erstellen und sich partnerschaftlich, sexuell, politisch und beruflich zu orientieren. Anhand dieser Aufgaben sieht man, wie die Ausbildung einer Identität mit anderen Bereichen der Entwicklungsbewältigung interagiert und diesen übergeordnet ist. Die sexuelle ist wie etwa die soziale oder berufliche Identität nur ein Teilaspekt der Identität des Individuums überhaupt.

Im Zusammenhang mit Identitätsentwicklungen werden Identifikationen notwendig und wichtig. Diese suchen sich Menschen in ihrem unmittelbaren sozialen, aber auch in ihrem medialen Umfeld. Medienakteure scheinen sogar bedeutungsvoller (in der Wahrnehmung, nicht unbedingt in der Wirkung) als reale Akteure zu sein. Jeder zweite Jugendliche im Alter von 12 bis 19 Jahren kann im Jahr 2003 in der JIM-Studie ein Vorbild bzw. Idol nennen. Hauptsächlich entstammen diese Vorbilder und Idole den Medien. Von den 1209 Befragten geben 31% an, dass sie für eine Person aus dem Musikbereich besonders schwärmen. Des Weiteren gehören für 7% der Befragten die Vorbilder der Film- und Fernsehbranche an. Für jeden zehnten befragten Jungen sind die Vorbilder im Sportbereich zu finden. Personen aus dem sozialen Umfeld sind für Jugendliche deutlich selten Vorbilder (mpfs 2004: 8f.). Hier zeigt sich, dass Medienakteure direktional mit traditionellen Instanzen der Sozialisation wie den Eltern und den Freunden im Hinblick auf die Identitätsausbildung – mal mehr und mal weniger,

9 Vgl. auch die Aufsätze im Sammelband von Mikos/Hoffmann/Winter (Hrsg.) (2007).

mal kurz- und mal langfristig – zu konkurrieren scheinen. Sie sind gewissermaßen eine Orientierungsgröße z.B. im Hinblick auf Ausstrahlung, Ruhm, musikalisches oder sportliches Können, Habitus und Lebensstil, Wertevermittlung, vielleicht auch in Bezug auf politische „Correctness“, auf prosoziale oder gesellschaftskritische sowie mitunter sozial-destruktive Einstellungen. Die Medienakteure werden je nach Entwicklungsbedürfnis verehrt, begehrt, angehimmelt und mitunter gegenüber anderen Gleichaltrigen auch als ‚best of the best‘ verteidigt. Dabei gilt zu bedenken, dass Gleichaltrigengruppen sich häufig auch über kollektiv geteilte Medienerlebnisse und gemeinsam favorisierte Stars konstituieren und definieren. Und somit übernehmen die Medienfiguren sozial-integrative Funktionen, d.h. sie ermöglichen die Kontakte zur Gleichaltrigengruppe z.B. über Fankulturen, soziale Referenz- bzw. Anschlusskommunikation.

Die Mediatisierung der (post-)modernen Gesellschaft scheint die Identitätsbildung durch ihr vielfältiges Angebot zu modifizieren, zu erweitern und auch zu komplizieren. Das Individuum hat sich und sein Selbst inmitten von dieser Vielfalt, auch Unstimmigkeit und Widerspruch zu behaupten. Es hat die Aufgabe, seine Balance zu finden, d.h. vor allem Differenz und Widerspruch auszuhandeln (vgl. Krappmann 1997). Das Resultat dieser Aushandlung ist dann Identität. Den Medien kommt in diesem Prozess folgende Rolle zu: Sie stellen ein Angebot an Identifikationsfiguren und -potenzialen bereit, das in Teilen angenommen, abgelehnt oder auch ignoriert werden kann. Der individuelle Rezeptionsnutzen besteht dabei nicht ausschließlich aus potenziellen Adaptionen, sondern auch ganz wesentlich aus Distinktionen und Abgrenzungen gegenüber Personen und Szenen aus Medienepisoden (vgl. Charlton/Neumann-Braun 1992). Einige Medien fungieren besonders gut im Sinne der „Identitätsstiftung“, andere wiederum sind nicht auf direktem Wege hilfreich oder der Zusammenhang erschließt sich nicht offensichtlich aufgrund der Vielfältigkeit des Mediums (z.B. die Internetnutzung).

Es bleibt festzuhalten, dass der moderne Mensch in der Regel ambitioniert und zielstrebig versucht, im Austausch *mit* und der Prüfung *von* verschiedensten Angeboten, eine Persönlichkeit zu entwickeln, die möglichst selbstbewusst und verantwortungsvoll ihr Leben steuern kann. Er entscheidet sich dabei stets *für* oder *gegen* lebensweltliche und mediale Angebote (Hoffmann 2004: 13).