

Kritische Anmerkungen zu Theorien der Mediennutzung und -sozialisation

Niesyto, Horst

Veröffentlichungsversion / Published Version

Sammelwerksbeitrag / collection article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Niesyto, H. (2006). Kritische Anmerkungen zu Theorien der Mediennutzung und -sozialisation. In K.-S. Rehberg (Hrsg.), *Soziale Ungleichheit, kulturelle Unterschiede: Verhandlungen des 32. Kongresses der Deutschen Gesellschaft für Soziologie in München. Teilbd. 1 und 2* (S. 3335-3346). Frankfurt am Main: Campus Verl. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-142926>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under Deposit Licence (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

Kritische Anmerkungen zu Theorien der Mediennutzung und -sozialisation

Horst Niesyto

1. Mediensozialisation – bisherige Theorieansätze

In Handbüchern zur Sozialisation und zur Medienpädagogik hat sich ein Sozialisationsbegriff etabliert, der die Wechselwirkungen von gesellschaftlichen, medialen und individuellen Einflussgrößen betont. Exemplarisch für die allgemeine Sozialisations- theorie sei auf den Sozialisationsbegriff verwiesen, wie ihn Hurrelmann definiert. Danach wird unter Sozialisation der »Prozeß der Entstehung und Entwicklung der menschlichen Persönlichkeit in Abhängigkeit von und in Auseinandersetzung mit den sozialen und den dinglich-materiellen Lebensbedingungen verstanden, die zu einem bestimmten Zeitpunkt der historischen Entwicklung einer Gesellschaft existieren« (Hurrelmann 1995: 114). Sozialisation bezeichnet demnach einen Prozess, in der sich eine sozial handlungsfähige Persönlichkeit bildet und »über den Lebenslauf hinweg in Auseinandersetzung mit den Lebensbedingungen weiterentwickelt« (Hurrelmann 1995: 114). Dieses Verständnis legt auch Schorb in seinem Begriff von Mediensozialisation zugrunde und akzentuiert: »Von Seiten der Medien gesehen dienen diese als Mittler von Wissen, Weltbildern und Lebensorientierungen. Innerhalb des sozialen Kontextes der Familie beispielsweise sind sie darüber hinaus selbst Medium der Vermittlung und als Symbole auch Inhalte der Kommunikation der sozialen Subjekte. Dabei ist, abhängig vom Lebenszusammenhang und sonstigem Anregungspotential der Subjekte, der Inhalt der mediale Angebote für die Ausbildung von Einstellungs-, Verhaltens- und Handlungsdispositionen von Bedeutung« (Schorb 2005: 387). Schorb betont, dass Medienangebote zwar mit struktur-, wert- und normsetzenden Faktoren verbunden sind, aber die Individuen könnten sich auf der Basis aktiver Aneignungshandlungen auch Medieninhalten verweigern oder sich andere Ziele und Inhalte setzen (Schorb 2005: 387). Insgesamt unterstreicht Schorb die prägende sozialisatorische Kraft von Massenmedien, was auch in Fragestellungen und Design seiner empirischen Studien zum Ausdruck kommt.¹

¹ Exemplarisch ist hier die Studie von Schorb u.a. (2003) über das fernsehbeeinflusste Ausländerbild von Kindern und Jugendlichen zu nennen.

Die Aneignungsperspektive wird in *rezeptionstheoretischen* Ansätzen radikalisiert und sowohl gegenüber sozial-integrativen, struktur-funktionalen Theorien als auch gegenüber kausal-nomologischen Medienwirkungsmodellen abgegrenzt. Rezeptionstheoretische Ansätze gehen davon aus, dass es weder ein genetisches Primat des Sozialen noch reizkontrollierte und input-determinierte Medienwirkungen gibt, sondern vielmehr das Individuum zur zentralen und verantwortlichen Instanz wird. Individuen werden nicht als Zielscheibe medialer Reize, sondern als aktive Konstrukteure von Sinn und Bedeutung betrachtet. Diese Annahme korrespondiert mit dem sozialisationstheoretischen Modell des »produktiv realitätsverarbeitenden Subjekts« (Hurrelmann 1983; Hurrelmann/Ulich 1998), das Persönlichkeitsentwicklung in einem reflexiven und interaktiven Prozess zwischen subjektiven Faktoren und der äußeren Realität verortet. An dieser Stelle soll nicht auf weitere Differenzierungen, zum Beispiel zwischen kognitionswissenschaftlichen und konstruktivistischen Ansätzen eingegangen werden (vgl. hierzu Charlton 1997: 19f.). Hervorzuheben ist, dass rezeptionstheoretische Ansätze selbstgesteuerte, aktive Konstruktionsleistungen in den Mittelpunkt von Persönlichkeitsbildung stellen. Sie fragen nach dem »Wie« der Verarbeitung vorhandener Symbolangebote und –muster, nach den Formen und Stilen der Erfahrungsproduktion und nach den Inhalten von Sinnzuschreibungen.

Bei den Theorien zur Mediensozialisation haben sich in den vergangenen zehn bis 15 Jahren vor allem *handlungstheoretische* Ansätze etabliert, die – ausgehend vom Wechselverhältnis von Mensch und Medien – besonders nach den sozialen und soziokulturellen Implikationen der Medienaneignung fragen. Medienrezeption und Medienaneignung wird als Teil sozialen Handelns verstanden, die Mediennutzung wird im Lebenskontext der Menschen verortet, es wird nach der Bedeutung der Medien im Alltag und für die Lebensbewältigung gefragt. Dieser theoretischen Perspektive sind u.a. der so genannte Nutzen-Ansatz (Renckstorf 1989), medienbiografische Ansätze (Baacke u.a. 1990), medienethnografische Studien (Vogelgesang 1991), die so genannte strukturanalytische Rezeptionsforschung (u.a. Charlton/Neumann 1986) und Studien im Kontext der Cultural Studies (z.B. Mikos 2001; Göttlich u.a. 2001) zuzurechnen. Konstituierende Merkmale nahezu aller handlungstheoretischen Ansätze ist die Betonung der Verwobenheit von Mediennutzung und Alltagspraxis, sowohl was die präferierten Medienthemen als auch die interpretatorischen Möglichkeiten im Rahmen von role-taking und role-making betrifft (para-soziale Interaktion und symbolisches Probehandeln mit Medien). Handlungstheoretisch fundierte Studien trugen in den letzten zehn bis fünfzehn Jahren vor allem dazu bei, die subjektiven Dimensionen der Mediennutzung besser zu verstehen und die eigensinnigen Prozesse der Medienaneignung herauszuarbeiten.

2. Desiderate und kritische Anmerkungen zu bisherigen Ansätzen

Meine These ist nun, dass die Frageperspektive »Was machen die Menschen mit Medien?« zwar zu wichtigen neuen Einsichten in das alltägliche Medienhandeln von Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen führte, gleichzeitig jedoch die Frageperspektive »Was machen die Medien mit den Menschen?« immer mehr in Vergessenheit geriet. Ohne in deterministische Positionen zurückzufallen ist es notwendig, den sozialisatorischen Einfluss von Medienangeboten auf Denk- und Verhaltensweisen von Menschen nicht zu unterschätzen und auch danach zu fragen, was für inhaltliche und ästhetische (Struktur-)Muster Medien anbieten und wie diese Strukturmuster konkret in den Prozess der Mediensozialisation einfließen. Michael Charlton machte zum Beispiel in einem Überblicksbeitrag über die Medienrezeptionsforschung bereits 1997 darauf aufmerksam, »dass unhinterfragte Grundüberzeugungen die medienvermittelte Wirklichkeitsdarstellung prägen, dass modische Themen die weniger attraktiven Wahrheiten in den Hintergrund drängen« (Charlton 1997: 28f.). Unter Hinweis auf das Phänomen der *Schweigespirale* (Noelle-Neumann 1982) und der *Gleichförmigkeit* und übergangslosen Gestaltung von Geschichten und Darstellungsformen insbesondere im kommerziellen Fernsehen konstatierte Charlton beschränkte Möglichkeiten der Rezipienten, bestimmten Themen auszuweichen. Der Autonomie des Zuschauers seien durch solche nivellierende Formen des *mainstreaming* deutliche Grenzen gesetzt (vgl. auch Gerbner/Gross 1976).

Die Rezeption der Cultural Studies in Deutschland vernachlässigte meines Erachtens in den vergangenen Jahren die Auseinandersetzung mit problematischen Medienentwicklungen und berücksichtigte bei der Analyse individueller Prozesse der Medienaneignung nicht hinreichend Phänomene wie emotionalisierende, personalisierende und gleichförmige Mediengestaltung und deren Bedeutung für die Mediensozialisation. Notwendig erscheinen differenzierte Sichtweisen, die sowohl die Perspektive eines aktiven, widerständigen Publikums als auch die Probleme bestimmter medialer Inszenierungsstrategien berücksichtigen. Charlton plädiert in diesem Zusammenhang für eine Forschung, die sich weniger der Frage widmet, »in welchem Ausmaß das Publikum gegenüber Medienangeboten autonom handeln kann«; vielmehr müsse untersucht werden, »wie der Rezipient sich dem Text hingibt bzw. entzieht« (Charlton 1997: 29). Hierzu gehören auch Untersuchungen über die medialen, sozialen und sozialpsychologischen Muster, die Veränderung der Struktur von Kommunikationsformen und Öffentlichkeiten und die ungleich vorhandenen kulturellen, sozialen und bildungsmäßigen Ressourcen für alltägliches Medienhandeln. Gerade eine soziologisch motivierte Mediensozialisationsforschung muss ihren Ausgang von einer Analyse der sich historisch entwickelnden und verändernden gesellschaftlich-medialen Angebotsstruktur nehmen und sozialisationsrelevante Einflüsse herausarbeiten.

Im Folgenden möchte ich auf einzelne Themenbereiche aufmerksam machen, mit denen sich die Mediensozialisationsforschung in der Vergangenheit zu wenig befasste.

2.1 Kommunikationskulturelle Problemlagen

Die seit Mitte der 80er Jahre explosionsartige Zunahme von Medienangeboten und der neue Mediatisierungsschub durch die Verbreitung digitaler Medien im Laufe der 90er Jahre führte nicht nur zu neuen Chancen für Selbsta Ausdruck, Partizipation und kommunikativen Austausch, sondern verschärfte auch kommunikationskulturelle Problemlagen. Der Medienwissenschaftler und Medienpädagoge Dieter Baacke benutzte Mitte der 90er Jahre den Begriff kommunikationskulturelle Problemlagen, um insbesondere auf folgende Problemfelder hinzuweisen: Orientierungsdilemma zwischen Medien und Arbeitswelt; Schwierigkeit des Unterscheidens; Optionenvielfalt und Schwierigkeit, sich zu entscheiden; Ver-Oberflächlichlichung von Wahrnehmungstätigkeiten (Baacke 1997: 76ff.). Leitender Gesichtspunkt im Bereich »Optionenvielfalt« war die (medienkritische) Überlegung, dass wir »zwar eine Vielzahl möglicher Optionen [haben], aber (a) nur begrenzte Zeit, (b) nur begrenzte Mittel (ein besonderes Problem für Kinder und Jugendliche) und (c) begrenzte Möglichkeiten, eine Vielzahl von Beziehungen aufzunehmen (zu anderen Menschen, aber auch zu den Imagines der Medien). (...) Diese Vermehrung (von Optionen, H.N.) führt zu Hektik und Unrast und zu einem Dauergefühl des Zu-Kurz-Gekommen-Seins: Auf anderen Kanälen geschieht immer gerade das, was ich versäume. Wird dieses kulturelle Muster generalisiert, sind systematische Lernfortschritte erschwert« (Baacke 1997: 79). Baacke knüpft damit an Analysen von Günther Anders an, die dieser bereits in seiner fernsehkritischen Schrift über *Die Welt als Phantom und Matrixe* (Anders 1987) machte. Aufgrund einer einseitigen Schwerpunktsetzung auf individuelle Fragen der Mediennutzung und der Identitätsbildung mit Medien scheint mir in neueren Arbeiten eine Reflektion generalisierter *sozialpsychologischer* Muster und Prozesse der Medienaneignung, wie sie nicht nur bei großen Medien-events immer wieder deutlich werden, zu kurz zu kommen.

2.2 Mediale Aufmerksamkeitserregung

Diesen Punkt könnte man im vorigen Abschnitt subsumieren, er soll aber an dieser Stelle gesondert erwähnt werden. Zu diesem Thema gibt es seit einigen Jahren kritische Beiträge von einzelnen Autoren und Disziplinen (u.a. Franck 1998, 2003;

Hickethier/Bleicher 2002; Niesyto 2004a), die bislang jedoch nicht im Hinblick auf Medien(sozialisations-)forschung weiter thematisiert wurden. Worum geht es?

Georg Franck, Professor für EDV-gestützte Methoden in Architektur und Raumplanung an der Technischen Universität Wien, veröffentlichte 1998 einen Beitrag über die *Ökonomie der Aufmerksamkeit* (Franck 1998) und fasste in der Zeitschrift *Merkur* (Franck 2003) seine Gedanken in mehreren Thesen zusammen: Wir erleben eine neue Art Privatisierung eines öffentlichen Raums: die Privatisierung des uns als Subjekte umgebenden Erlebnisraums; die Privatisierung des Erlebnisraums wird vorangetrieben von neuen Märkten. Das Neue an diesen Märkten ist, dass nicht Ware gegen Geld, sondern Information gegen Aufmerksamkeit getauscht wird; das neue »Währungssystem der Aufmerksamkeit« schließt einen eigenen Sektor finanzierender Dienstleistungen ein – diese Banken- und Börsenfunktion wird von den Massenmedien wahrgenommen (Franck 2003, 2f.).

Wenngleich der wissenschaftliche Diskurs über die *Ökonomie der Aufmerksamkeit* und die damit verbundenen Auswirkungen auf die Strukturen von Wahrnehmung, Kommunikation, Öffentlichkeit, Sozialverhalten und Erfahrungsbildung erst im Entstehen ist, so ist doch evident, dass die neue »Aufmerksamkeitskultur« zu einem Regulationsmechanismus geworden ist, der eng mit der Orientierung an Quoten und einer Kommerzialisierung nahezu aller kulturellen Bereiche verbunden ist. Das der neuen »Aufmerksamkeitskultur« zugrunde liegende Marktprinzip des »Öffentlich-Beachtet-Werdens« befördert – so die Analyse verschiedener Autoren – Tauschwertbeziehungen zwischen Menschen, die nichts mit humaner Persönlichkeitsbildung, aber sehr viel mit dem Streben nach sozialer Geltung auf der Basis quotenorientierter Massenattraktion zu tun haben. Aufmerksamkeit wird erregt und zugleich von den Menschen abgezogen; vorhandene Bedürfnisse, Sehnsüchte und Wünsche werden aktiviert und für Zwecke öffentlicher Zurschaustellung absorbiert und instrumentalisiert. Am Beispiel Werbung, Krisen- und Kriegsberichterstattung, Sportberichterstattung, Casting- und Talkshows u.a. neuen TV-Formaten können mediale Strategien der Aufmerksamkeitserregung (Personalisierung, Emotionalisierung, Effektproduktion) deutlich aufgezeigt werden (Niesyto 2004a); die Liste ließe sich für andere Medienbereiche (insbesondere Internet) fortsetzen.

Es sollte nicht übersehen werden, dass Formen medialer Aufmerksamkeitserregung ästhetische, wertbezogene und sozialpsychologische Muster erzeugen, die in problematischer Weise auf den Sozialisationsprozess einwirken. Allein Kriterien wie »aktiver Umgang« und »individuelle Wahl aus vorhandenen Sinnmärkten« zu nennen – wie dies in einschlägigen Medienrezeptionsstudien immer wieder geschieht –, läuft Gefahr, affirmativ zu argumentieren und vorhandene Problemfelder zu übergehen. Solche Problemfelder liegen insbesondere dann vor, wenn Programmangebote auf der Jagd nach möglichst hohen Einschaltquoten Menschen für kurzfristige Inszenierungen instrumentalisieren und Bilder zeigen, die ethische Grundwerte wie

die Menschenwürde verletzen. Es wäre Aufgabe einer zeitgemäßen Medien- und Mediensozialisationsforschung, qualitätsbezogene Programmanalysen zu intensivieren, die komplexen – expliziten und impliziten – Wirk- und Aneignungsmechanismen offen zu legen und dabei problematische Formen der Medienkommunikation nicht auszusparen. Die meisten Studien, die sich symbolisch-interaktionistischer Theoreme bedienen, übergehen allerdings die konkrete Analyse sozialisatorischer Kräfte, die im Hinblick auf Werte und Weltbilder mit gesellschaftlichen Symbolangeboten verbunden sind. Es gibt zwar Ausnahmen, wie einzelne Studien im Bereich Gender und Medien, zur Vorbildfunktion von Medienfiguren in Kindersendungen oder zu Medienbildern über Migranten in Fernsehsendungen (Schorb u.a. 2003). Doch auch in diesen Studien bleiben wichtige Fragen offen, da sie neben Inhaltsanalysen, Interviews, Gruppendiskussionen so gut wie nie prozessbezogene Langzeitbeobachtungen zugrunde legen. Diese scheinen jedoch – auch wenn sie forschungsökonomisch schwierig durchsetzbar sind – unabdingbar, um genauere Einblicke in das komplexe Wechselspiel von Medienangeboten und individueller Rezeption in verschiedenen Kontexten zu erhalten.

2.3 Wissenskluft – digitale Spaltung

Die klassische Wissenskluft-Perspektive geht von der Hypothese aus, dass bei wachsendem Informationszufluss in ein Sozialsystem die Bevölkerungssegmente mit höherem sozioökonomischen Status oder höherer formaler Bildung zu einer rascheren Aneignung dieser Information tendieren als die status- und bildungsniederen Segmente. Aus dieser unterschiedlichen Entwicklung entstehe eine Wissenskluft zwischen diesen Bevölkerungssegmenten (vgl. Bonfadelli 2004: 253). Die Frage liegt nahe, was die genauen Entstehungsbedingungen dieses Phänomens sind, das in diversen Studien nachgewiesen werden konnte (Bonfadelli 2004: 258). Hierfür ist es nötig, die konkreten Angebotsstrukturen, Zugangsmöglichkeiten und Aneignungsprozesse zu untersuchen, die zum Beispiel Jugendliche aus bildungsfernen Milieus zu neuen Medien entwickeln. Bezüglich der Computernutzung belegen zum Beispiel Studien, dass es nach wie vor signifikante Bildungsunterschiede in der Computer- und Internetnutzung im Hinblick auf die Formalbildung gibt. Dies betrifft sowohl die Zugangsmöglichkeiten, aber auch unterschiedliche Nutzungspräferenzen und –formen. So lautete das Fazit der repräsentativ angelegten Studie »Jugend-Information-Multimedia« (JIM 2001): »Deutliche Unterschiede hinsichtlich Zugangspotential und Nutzung von Computer und Internet bestehen nach wie vor zwischen den verschiedenen Bildungstypen« (Feierabend/Klingler 2001: 56). Die Folgestudie bestätigte im Wesentlichen die Bildungsunterschiede in der Computer- und Internetnutzung (vgl. Feierabend/Klingler 2002: 42ff.).

Notwendig sind vor allem Untersuchungen, die auf der Mikroebene genauer die konkreten Benachteiligungsfaktoren herausarbeiten. Dies betrifft nicht nur das Wechselverhältnis zum Beispiel von soziokulturellen (Anregungs-)Milieus und subjektiven Medienpräferenzen, sondern auch die differenzierte Analyse von Medienangeboten nach Inhalt, Machart, Zugangs- und Partizipationsmöglichkeiten. Inwieweit sind zum Beispiel bestimmte Internet-Portale, die Jugendliche in Beratungskontexten ansprechen sollen, so gestaltet, dass sie auch Jugendliche aus unterschiedlichen soziokulturellen Milieus ansprechen? Wie sind das Design dieser Portale, das Verhältnis von Bild und Text, die interaktiven Möglichkeiten gestaltet, um auch Jugendliche aus bildungsfernen Milieus zur Nutzung dieser Portale zu motivieren? Mediensozialisation hat ganz entscheidend etwas damit zu tun, wie Jugendliche bestimmte Medien nutzen und wie sie Mitglied in bestimmten Medien-Communities werden können. Die damit verbundenen Angebotsstrukturen, Aneignungsformen und pädagogischen Arrangements genauer zu untersuchen, ist eine wichtige Aufgabe zeitgemäßer Mediensozialisationsforschung.²

2.4 Überschätzung individueller Wahlmöglichkeiten

Das Postulat des »autonomen Subjekts« und die damit verbundenen Attribute (Selbststeuerung, Selbstverortung, Wahlfreiheit etc.) sind im Sinne eines auf Emanzipation orientierten Persönlichkeits- und Gesellschaftsverständnisses anthropologisch-normative Orientierung wichtig – sie sollten aber nicht mit der empirischen Wirklichkeit verwechselt werden. Die »produktiv realitätsverarbeitenden Subjekte« (Hurrelmann 1983) agieren in höchst unterschiedlichen sozialen und kulturellen Umwelten und verfügen über unterschiedliches ökonomisches, soziales und kulturelles Kapital (Bourdieu 1970). Identitätsbildungsprozesse mittels Medien und die Zugehörigkeit zu Medien-Gemeinschaften sind deshalb nicht loszulösen von der Frage nach den unterschiedlichen *Ressourcen*, die dem jeweiligen Individuum zur Verfügung stehen.

Im Hinblick auf die Medienrezeptionsforschung stellt Michael Charlton in dem bereits erwähnten Überblicksbeitrag fest, dass der von ihm präferierte strukturanalytische Forschungsansatz, der Medienaneignung im Kontext des sozialen Alltagshandelns der Individuen untersucht, zwar insgesamt in der Fachöffentlichkeit positiv aufgenommen wurde, aber auch einige ernstzunehmende Vorbehalte und kritische

² Vgl. in diesem Zusammenhang z.B. die Studien und Publikationen des »Kompetenzzentrums informelle Bildung« an der Universität Bielefeld zur digitalen Bildungskluft (<http://www.kib-bielefeld.de/veroeffentlichungen.htm>) sowie eigene Untersuchungen und Publikationen (Niesyto 2000; 2004b).

Anmerkungen evozierte: die zu geringe Berücksichtigung der sozialen Schicht (Mediennutzer), die mangelnde Analyse der ökonomischen, politischen und technischen Produktionsbedingungen (Medienangebote), die mangelnde Differenzierung nach spezifischen sozialen Problemlagen, die Überschätzung der Souveränität der (kindlichen) Rezipienten gegenüber dem Medium (Charlton 1997: 32f.). Charlton schlussfolgert: »Auf der Grundlage von Überlegungen zur Handlungsautonomie im Mediensystem (...) müssen weitere Untersuchungen konzipiert werden, die es erlauben, die Durchdringung des Bewusstseins der Subjekte durch Medienerfahrungen, das Ausmaß an Offenheit vs. Geschlossenheit von Texten und die Beliebigkeit vs. Determination von Lesarten auszuloten« (Charlton 1997: 33).³

Gerade die *Überschätzung* der Möglichkeiten zu einem medien-autonomen und souveränen Handeln scheint mir ein kritischer Punkt bei neueren Medienrezeptions- und -sozialisationsstudien zu sein. Dies betrifft insbesondere die Überschätzung der »Distanzierungsmöglichkeiten des Subjekts« (Bonfadelli 2004: 195) sowie die mangelnde Auseinandersetzung mit dominanten Leseweisen auf dem Hintergrund medien-ästhetischer Formatierungsprozesse. Diese kritischen Punkte klammern zum Beispiel neuere Konzepte zur »Selbstsozialisation« mit Medien weitgehend aus. Diese Konzepte akzentuieren die *Eigenleistungen* der Individuen im Sozialisationsprozess. Diese Eigenleistungen haben im Laufe der letzten zwei Jahrzehnte zweifelsohne zugenommen. Meine Bedenken gegenüber dem Konzept medialer Selbst-Sozialisation beziehen sich nicht auf diesen empirisch belegbaren Prozess, sondern auf die begriffliche Fassung dieses Prozesses sowie auf bestimmte Annahmen, die mit dem Konzept medialer Selbst-Sozialisation verbunden sind (vgl. Nielyto 2004c). Eine dieser Annahmen betrifft das Postulat einer starken Autonomie- und Wahlfähigkeit der Individuen. Aus Alltagserfahrungen und zahlreichen Studien ist bekannt, dass Wahlfähigkeit in hohem Maße an kulturelle und soziale Ressourcen gebunden ist, die auch in unserer Gesellschaft nach wie vor höchst unterschiedlich verteilt sind. Bei der Qualitätsanalyse dieser Ressourcen grenzen sich Theoretiker der Selbst-Sozialisation am Beispiel populärkultureller Angebote von der »Vermassungsthese« ab und bezeichnen den »aktiven Umgang« der Individuen mit ihrer kulturellen Umwelt als entscheidendes Kriterium für selbst-sozialisierendes Handeln (Müller u.a.: 14f.). Hier wird eine normative Setzung deutlich, die auf kultur- und medienkritische Analysen (weitgehend) verzichtet und Gefahr läuft, allein den *Akt* der individuellen Wahl zum Kriterium für aktives, selbstständiges Handeln zu machen.

³ Charlton erwähnt in diesem Zusammenhang erste Studien, die problemlagenspezifische Differenzierungen vornehmen (Charlton 1997: 32).

3. Kernpunkte einer kritischen Theorie der Mediensozialisation

Es war eine der zentralen Intentionen der so genannten »Kritischen Theorie«, die Macht der ökonomisch Stärksten aufzuzeigen: wie es der kapitalistischen Ökonomie unter Nutzung technischer Rationalität gelingt, ihre Herrschaft mittels kulturindustrieller Güter ideologisch abzusichern. Dass Adorno und andere Vertreter der »Kritischen Theorie« in ihren Analysen totalitäre Standardisierungen unterstellten – verbunden mit einer bürgerlich-elitären Abwertung und Diskriminierung populärer kultureller Ausdrucksformen – entsprang einer Denkweise, die eigenständige Handlungsmöglichkeiten der Subjekte unterschätzte. Es bleibt jedoch die Aufgabe, sich kritisch mit gesellschaftlichen Symbolangeboten und Ressourcen auseinanderzusetzen und in symbolischen Verarbeitungsweisen von Individuen auch problematische Aspekte zu benennen. Herrschaftsinteressen können gesellschaftliche Verhältnisse, Symbolsysteme und Kommunikationsstrukturen produzieren, die zum Beispiel ein mangelndes Denken in Zusammenhängen, mangelnde Selbstreflexion, soziale Isolierung befördern. Allein Kriterien wie »aktiver Umgang« und »individuelle Wahl aus vorhandenen Sinnmärkten« zu nennen, läuft Gefahr, affirmativ zu argumentieren und vorhandene Entfremdungspotenziale (und damit verbundene Machtinteressen) zu übergehen. Gerade im Hinblick auf Identitätsbildungsprozesse ist dieser Punkt wichtig. Die Fähigkeit zur Balancierung verschiedener »Teilidentitäten« und die Herausbildung eines »Identitätsgefühls« (Keupp u.a. 1999) setzt Selbstreflexion und Erfahrungslernen voraus. Genau dies ist jedoch durch aktuelle gesellschaftliche und (medien-) kulturelle Prozesse bedroht: ein relevanter Teil des massenmedialen Angebots trägt zur Fragmentierung von Wissen und Bewusstsein bei, destruiert ein Denken in Zusammenhängen und ein Erfahrungslernen, das sich nicht im wechselnden und flexiblen »Mitgliedwerden« in verschiedenen soziokulturellen Kontexten erschöpft.

Entgegen einer dichotomischen Sichtweise, die gesellschaftliche Makrostrukturen und individuelle Verarbeitungsmuster gegenüberstellt, wäre es Aufgabe einer zeitgemäßen soziologischen Mediensozialisationsforschung, die komplexen, expliziten und impliziten Wirk- und Aneignungsmechanismen offen zu legen (vgl. Hoffmann/Merkens im *Call* zu dieser AG) – und dabei problematische Formen der symbolischen Aneignung, der Kommunikation und Interaktion nicht auszusparen. »Kritik« versteht sich dabei im ursprünglichen Wortsinn als prüfen, zweifeln; als nicht normfreie »Beurteilungskunst«. In Anlehnung an die »Kritische Theorie« wird dabei der Anspruch der Aufklärung im Sinne von humaner Emanzipation nicht preisgegeben. Dieser Anspruch war stets gekoppelt mit der Kritik an gesellschaftlichen Verhältnissen, die Ungleichheit produzieren.

In Stichworten formuliert gehören für mich vor allem folgende Punkte zum Kern einer kritischen Theorie der Mediensozialisation und damit verbundenen Forschungsaufgaben:

- Kein Zurück zu kausal-nomologischen Medienwirkungstheorien, sondern Weiterentwicklung handlungstheoretischer Grundannahmen
- Reintegration der Makro-Ebene und struktureller Muster in Analysen zur Medienaneignung:
 - Die Auseinandersetzung mit massenmedialen Leitbildern (gesellschaftlichen Symbolsystemen) kann nicht auf Forschung nach subjektiven Aneignungsformen reduziert werden; notwendig erscheint die Integration von Fragestellungen zu Homogenisierungstendenzen sowohl bei den vorhandenen Medienangeboten/Formaten als auch bei Formen der Medienaneignung (Rezipienten);
 - Analysen von medienvermittelten Weltbildern in Verbindung mit medienästhetischen Präsentationsformen und deren subjektiver Aneignung (incl. der Reintegration ethischer und sozial-kommunikativer Fragen bei der Analyse medialer Präsentationen und deren Aneignung)
- Berücksichtigung von Frageperspektiven des »Agenda-Setting-« und des »Kultivierungs-Ansatzes«, insbesondere im Hinblick auf medienvermittelte Werte und Weltbilder
- Stärkere Berücksichtigung soziokultureller und ressourcenbedingter Unterschiede bei Prozessen der Medienaneignung und des Mitglied-Werdens in Medien-Gemeinschaften
- Stärkere Fokussierung auf medien- und kommunikationskulturelle Problemlagen, auch im Hinblick auf die praktische Relevanz mediensozialisatorischer Forschung
- Auseinandersetzung mit identitätstheoretischen Beiträgen aus der Entwicklungs- und Sozialpsychologie (z.B. Keupp 1999), die bislang weitgehend »medienfrei« Analysen vorlegten, jedoch theoretisch interessante Anschlussmöglichkeiten für das bessere Verstehen sozialer Identitätsbildung bieten; hierzu gehört auch die Reflexion des Theorems der para-sozialen Interaktion (insbesondere der Aspekt der Distanzierungsfähigkeit bei Prozessen der Medienaneignung)
- Studien zur Mediensozialisation wieder mehr im Kontext zu anderen Sozialisationsfeldern verorten (Peer-Education, familiäre und schulische Sozialisation)
- Realisierung von Langzeitstudien zum Medienhandeln von Kindern und Jugendlichen.

Literatur

- Anders, Günther (1987/1956), »Die Welt als Phantom und Matriz«e, in: Anders, Günther, *Die Antiquiertheit des Menschen. Über die Seele im Zeitalter der zweiten industriellen Revolution*, Bd. I, München, S. 97–211.
- Baacke, Dieter (1997), *Medienpädagogik*, Tübingen.
- Baacke, Dieter/Sander, Uwe/Vollbrecht, Ralf (1990), *Lebensgeschichten sind Mediengeschichten. Medienwelten Jugendlicher*, Bd. 2, Opladen.
- Bonfadelli, Heinz (2004), *Medienwirkungsforschung I. Grundlagen*, Konstanz.
- Bourdieu, Pierre (1970), *Zur Soziologie der symbolischen Formen*, Frankfurt a.M.
- Charlton, Michael (1997), »Rezeptionsforschung als Aufgabe einer interdisziplinären Medienwissenschaft«, in: Charlton, Michael/Schneider, Silvia (Hg.), *Rezeptionsforschung*, Opladen, S. 16–39.
- Charlton, Michael/Neumann, Klaus (1986), *Medienkonsum und Lebensbewältigung in der Familie. Methode und Ergebnisse der strukturanalytischen Rezeptionsforschung – mit fünf Falldarstellungen*, München/Weinheim.
- Feierabend, Sabine/Klingler, Walter (2002), *JIM-Studie 2002. Jugend, Information, (Multi-)Media. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger*, Baden-Baden.
- Feierabend, Sabine/Klingler, Walter (2001), *JIM-Studie 2002. Jugend, Information, (Multi-)Media. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger*, Baden-Baden.
- Franck, Georg (1998), *Ökonomie der Aufmerksamkeit*, München.
- Franck, Georg (2003), »Mentaler Kapitalismus«, *Merkur*, H. 1, S. 1–15.
- Fromme, Johannes/Kommer, Sven/Mansel, Jürgen (Hg.) (1998), *Selbstsozialisation, Kinderkultur und Mediennutzung*, Opladen.
- Gerbner, George/Gross, Larry (1976), »The Scary World of TV's Heavy Viewers«, *Psychology Today*, Bd. 89, S. 41–45.
- Göttlich, Udo/Mikos, Lothar/Winter, Rainer (2001), *Die Werkzeugkiste der Cultural Studies – Perspektiven, Anschlüsse und Interventionen*, Bielefeld.
- Hickethier, Knut/Bleicher, Joan K. (Hg.) (2002), *Aufmerksamkeit, Medien und Ökonomie*, Münster.
- Hurrelmann, Klaus (1995), *Einführung in die Sozialisationstheorie. Über den Zusammenhang von Sozialstruktur und Persönlichkeit*, Weinheim/Basel.
- Hurrelmann, Klaus (1983), »Das Modell des produktiv realitätsverarbeitenden Subjekts in der Sozialisationsforschung«, *Zeitschrift für Sozialisationsforschung und Erziehungssoziologie*, Jg. 3, H. 1, S. 91–104.
- Hurrelmann, Klaus/Ulich, Dieter (1998), »Gegenstands- und Methodenfragen der Sozialisationsforschung«, in: Hurrelmann, Klaus/Ulich, Dieter (Hg.), *Handbuch der Sozialisationsforschung*, Weinheim/Basel, S. 3–20.
- Keupp, Heiner u.a. (1999), *Identitätskonstruktionen. Das Patchwork der Identitäten in der Spätmoderne*, Reinbek.
- Mikos, Lothar (2001), *Fern-Sehen. Bausteine zu einer Rezeptionsästhetik des Fernsehens*, Berlin.
- Müller, Renate (Hg.) (2002), *Wozu Jugendliche Musik und Medien gebrauchen. Jugendliche Identität und musikalische und mediale Geschmacksbildung*, Weinheim/München.
- Niesyto, Horst (2004a), »Aufmerksamkeitserregung. Kritische Anmerkungen zum kulturellen Kapitalismus unserer Zeit und den Aufgaben einer emanzipatorischen Medienbildung«, in: Pirner, Manfred L./Breuer, Thomas (Hg.): *Medien – Bildung – Religion. Zum Verhältnis von Medienpädagogik und Religionspädagogik in Theorie, Empirie und Praxis*, München, S. 52–72.

- Niesyto, Horst (2004b), »Medienbildung mit Jugendlichen in Hauptschulumilieus«, in: Otto, Hans-Uwe/Kutscher, Nadja (Hg.), *Informelle Bildung Online. Perspektiven für Bildung, Jugendarbeit und Medienpädagogik*, Weinheim/München, S. 122–136.
- Niesyto, Horst (2004c), »Kritische Anmerkungen zum Konzept medialer Selbstsozialisation«, *Ludwigsburger Beiträge zur Medienpädagogik*, Nr. 5, in: http://www.ph-ludwigsburg.de/fileadmin/subsites/1b-mpxx-t-01/user_files/Online-Magazin/Ausgabe5/Schwerpunkt5.pdf 23.09.2005).
- Niesyto, Horst (2000), *Medienpädagogik und soziokulturelle Unterschiede. Studie im Auftrag des Medienpädagogischen Forschungsverbunds Südwest*, Baden-Baden/Ludwigsburg.
- Noelle-Neumann, Elisabeth (1982), *Die Schweigespirale. Öffentliche Meinung – unsere soziale Haut*, Frankfurt a.M.
- Renckstorf, Klaus (1989), »Mediennutzung als soziales Handeln. Zur Entwicklung einer handlungstheoretischen Perspektive der empirischen (Massen-)Kommunikationsforschung«, in: Kaase, Max/Schulz, Winfried (Hg.), *Massenkommunikation*, (=Sonderheft der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie), Opladen, S. 314–336.
- Schorb, Bernd (2005), »Sozialisation«, in: Hüther, Jürgen/Schorb, Bernd (Hg.), *Grundbegriffe Medienpädagogik*, München, S. 381–389.
- Schorb, Bernd/Lauber, Achim/Echtermeyer, Katrin/Eggert, Susanne (2003), *Was guckst du, was denkst du? Der Einfluss des Fernsehens auf das Ausländerbild von Kindern und Jugendlichen*, Kiel.
- Vogelgesang, Waldemar (1991): *Jugendliche Video-Cliquen. Action- und Horrorvideos als Kristallisationspunkte einer neuen Fankultur*, Opladen.