

Mediensozialisation - ein Desiderat zur Erforschung von Medienwelten: Versuch einer Standortbestimmung und Perspektivik

Kübler, Hans-Dieter

Veröffentlichungsversion / Published Version

Zeitschriftenartikel / journal article

Zur Verfügung gestellt in Kooperation mit / provided in cooperation with:

Verlag Barbara Budrich

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Kübler, H.-D. (2009). Mediensozialisation - ein Desiderat zur Erforschung von Medienwelten: Versuch einer Standortbestimmung und Perspektivik. *Diskurs Kindheits- und Jugendforschung / Discourse. Journal of Childhood and Adolescence Research*, 4(1), 7-26. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-334439>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY-SA Lizenz (Namensnennung-Weitergabe unter gleichen Bedingungen) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier: <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.de>

Terms of use:

This document is made available under a CC BY-SA Licence (Attribution-ShareAlike). For more information see: <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0>

Mediensozialisation – ein Desiderat zur Erforschung von Medienwelten

Versuch einer Standortbestimmung und Perspektivik

Hans-Dieter Kübler



Hans-Dieter Kübler

Zusammenfassung

Dass Kindheit und Jugend weitgehend von Medien bestimmte Phasen sind, gilt zumindest in der medienpädagogischen Diskussion als selbstverständlich. Mithin müssten auch Entwicklung und Sozialisation von Medien nachhaltig beeinflusst werden. Von dieser These ausgehend, fragt der Beitrag zunächst bei den dafür verantwortlichen Disziplinen, der Entwicklungspsychologie und der Sozialisationsforschung, stellvertretend in deren renommierten Handbüchern, ob und wie weit sie diesen Zusammenhang theoretisch-analytisch berücksichtigen und stößt auf gravierende Defizite bzw. verkürzte theoretische Ansätze, die vornehmlich dem klassischen Paradigma der Medienwirkungsforschung geschuldet sind und die Medien primär für abweichende oder schädigende Entwicklung und Sozialisation verantwortlich machen. Ähnliche ungenügende oder verzerrende Befunde liefert die empirische Kindheits- und Jugendforschung. Deshalb sucht der Beitrag in seinem konstruktiven Teil zu begründen, warum eine interdisziplinäre Mediensozialisationsforschung erforderlich ist und ergiebig sein könnte, skizziert dafür paradigmatisch Koordinaten und Verläufe von Mediensozialisation und sucht sie in der Weiterentwicklung des sozialökologischen Modells zu veranschaulichen.

Schlagworte: Mediensozialisation, Theoriebildung, Empirische Forschung, Sozialökologie

Media Socialisation – a desideratum to research the media worlds An attempt to analyse the current situation and offer a perspective

Abstract

It is taken for granted, at least within the media-pedagogical discussion, that childhood and adolescence are phases widely determined by media. Consequently, development and socialisation of media would have to be influenced strongly. Based on this assumption this abstract makes enquiries, first of all among the disciplines concerned, namely developmental psychology and research of socialisation – represented in their renowned handbooks – whether and in how far they consider this correlation theoretically and analytically. At the same time it comes across serious deficits or incomplete theoretical approaches which are primarily owed to the classical paradigm of the studies of media effects and which make the media principally responsible for deviant or hurtful development and socialisation. Empiric childhood and youth studies provide similarly insufficient or distortionary findings. That is why the abstract tries to reason in its constructive section why there is a need for interdisciplinary studies of media socialisation and why it could be yielding.

For this purpose it outlines paradigmatically coordinates and progressions of media socialisation and seeks to illustrate it within the continuous development of the socio-ecological model.

Keywords: Media socialization, Development of theory, Empirical research, Social ecology

1 Kindheit und Jugend – Medienphasen?

Kinderzeit ist
Medienzeit

Kinder wachsen heute mit vielen Medien auf, die eine immer größere Bedeutung in ihrem Leben einnehmen, und zwar gemessen an Daten wie Dauer und Häufigkeiten der Mediennutzung, aber auch an subjektiven Relevanzgrößen wie die persönliche Orientierung und die emotionale Bindung, die Kinder den Medien beimessen. Da all diesen Tendenzen anhaltende Expansion wie auch immer größerer Einfluss zugeschrieben werden, lautet die fast schon gängige Zuspitzung in vielen medienpädagogischen Ausführungen: Kinderzeit ist Medienzeit (z.B. *Charlton/Neumann* 1992), ein Leben und Aufwachsen jenseits von Medien gibt es nicht (mehr). Will heißen: Medien sind nicht mehr nur additive Faktoren, attraktive Bemischungen der Entwicklung und der Sozialisation von Kindern, vielmehr sind sie der Fokus, die alles umfassende Rahmung und omnipräsente Durchdringung von Kindheit heute.

Ähnliches wird auch für die Jugendphase diagnostiziert, meist noch mit größerem Nachdruck, da die Einbettung und Kontrolle des Medienumgangs durch die Eltern sukzessive wegfallen, die jugendlichen Gleichaltrigengruppen sich vorzugsweise über mediale Konsum- und Mediennutzungsstile, über Favoriten und Szenen, die medienvermittelt sind, definieren, abgrenzen und sich die individuelle Identitätsbildung Jugendlicher mehr und mehr durch ebenso medieninduzierten Vorbilder und Rollenmuster bzw. -klischees vollzieht. Auch Jugendzeit ist demnach Medienzeit (*Radde/Sander/Vollbrecht* 1988; *Baacke/Sander/Vollbrecht* 1990; *Mikos/Hoffmann/Winter* 2007), mehr noch als die Kindheit – und vielfach überbieten sich die einschlägigen Darstellungen an diesbezüglichen Nachweisen und Veranschaulichungen.

Ohne Frage werden mit solchen Diagnosen gravierende Veränderungen der Sozialisationsbedingungen und -verläufe postuliert. Denn sie beschränken sich nicht darauf, neue, womöglich hinzutretende Sozialisationsinstanzen und -dimensionen zu ermitteln und in ihren Einflüssen abzuschätzen, vielmehr unterstellen sie eine gänzliche Umkrempelung und Neuausrichtung gegenwärtiger Sozialisation, bei der die überkommenen, realen Sozialisationsinstanzen den ubiquitären und omnipotenten Medien untergeordnet oder mindestens zugeordnet werden und so nicht nur neue Prioritäten oder Hierarchien entstehen, sondern ein gänzlich anderes, nämlich von Medien dominiertes Sozialisationskonzept zu entwickeln ist (*Süss* 2004, S. 274ff.).

Dennoch beschäftigen sich die meisten Einführungen und theoretischen Modelle von Sozialisation nicht ausführlich, geschweige denn integrierend mit den Medien, allenfalls erwähnen sie sie bei der Behandlung und Wirkungsabschätzung des soziokulturellen Umfelds, so dass von diesen Fachdisziplinen bislang wenig Unterstützung für die skizzierte erforderliche Gewichtung oder gar Änderung heutiger Sozialisationsverläufe bereitgestellt wird (*Süss* 2004; *Hoffmann* 2007). Diese Defizite sowohl in theoretischer Hinsicht als auch in ihren empirischen Dimensionen will dieser Beitrag aufzeigen, bevor er dann mögliche Erkenntnisgewinne einer umfassenden, integrierenden Mediensozialisationsforschung umreißt und Modelle für ihre Umsetzung skizziert.

2 Medien in den benachbarten Disziplinen

2.1 Systematische Desiderate in der Sozialisations- und Entwicklungsforschung

Immerhin widmet man inzwischen in einschlägigen Handbücher und Studien zu Sozialisations- und Entwicklungsforschung Medien gewisse Beachtung; diese gesonderten Kapitel sind meist von Medienwissenschaftlern oder dieser Disziplin nahe stehenden Vertretern verfasst. Jedoch werden meist keinerlei theoretische Integrationen oder auch nur evidente Konsequenzen für die angestammten Bereiche und Ansätze von Sozialisation, Kindheit und Jugend in Erwägung gezogen, um die eingangs formulierten, möglichen Veränderungen durch Medien auch nur annähernd zu berücksichtigen. Dazu einige als symptomatisch anzusehende Beispiele:

Mögliche Veränderungen durch Medien auf Sozialisation werden bislang kaum berücksichtigt

Im 2002 erschienenen „Handbuch Kindheits- und Jugendforschung“ (*Krüger/Grunert* 2002), das in 40 Einzelbeiträgen auf über 900 Buchseiten das gesamte Spektrum der Kinder- und Jugendforschung und damit der kindlichen und jugendlichen Realitäten zu erfassen beabsichtigt, werden Medien nur in einem Beitrag unter dem weiten Titel „Jugend, Freizeit und Medien“ thematisiert; in alle anderen Kapiteln bleiben sie unerwähnt (siehe auch die Kritik von *Zinnecker/Barsch* 2007, S. 291).

Hingegen hatte das „Handbuch zur Sozialisationsforschung“ (*Hurrelmann/Ulich* 1980) schon in seiner ersten Ausgabe unter der Überschrift „Untersuchungen zu zentralen Instanzen der Sozialisation“ einen Artikel der MedienpädagogInnen *Bernd Schorb*, *Erich Mohn* und *Helga Theunert* zum Thema „Sozialisation durch (Massen)Medien“, freilich nach den Darstellungen der anderen Sozialisationsinstanzen, nämlich Familie, Kindergarten, Gleichaltrige, Schule, Beruf, Hochschule, Sozialpädagogik und psychosoziale Praxis, mithin ganz am Ende dieses gesamten Abschnitts. In diesem Beitrag werden drei Aspekte medialer Sozialisation aufgeführt, ohne dass zwischen ihnen, aber auch zu den anderen Sozialisationsinstanzen Zusammenhänge oder gar Beeinflussungen aufgezeigt werden. Danach wird Sozialisation verstanden erstens als Medienwirkungen auf „Einstellungen, Urteile, Wissen“ und Verhalten, mithin im traditionellen Wirkungsverständnis; zweitens gelten Medien als „fremdbestimmte“ „Hilfsmittel der Enkulturation“, also als „Übertragung des in einer Gesellschaft für verbindlich erachteten Wissens- und Normenkanons“ (worunter sich eine knappe Abhandlung über die Strukturen der Massenkommunikation verbirgt) und schließlich sind Medien „selbstbestimmte Instrumente“ zur „kritischen Auseinandersetzung und Artikulation im sozialen Umfeld“, womit eine medienpädagogische Perspektive, nämlich die der praktischen Medienarbeit, umrissen wird. Außerdem wird den sich bereits ankündigenden neuen „Informations- und Kommunikationstechniken“, wie es damals hieß, eine „allumfassende Sozialisationsrelevanz“ zugesprochen, deren Entwicklung das „aktive, sich seine Umwelt tätig aneignende Subjekt“ mit „kommunikativer Kompetenz“ womöglich entgegenwirken könne. Dieser Artikel wurde im so genannten „Neuen Handbuch der Sozialisationsforschung“ bis 1998 unverändert abgedruckt, wiewohl er

Sozialisation durch Medien im „Handbuch zur Sozialisationsforschung“

dann – angesichts der fortschreitenden Medienrezeption- wie Sozialisationsforschung – erst recht als veraltet und ungenügend erscheinen musste.

In der jüngsten, vollständig überarbeiteten 7. Auflage des „Handbuches Sozialisationsforschung“ (Hurrelmann/Grundmann/Walper 2008) ist der Beitrag unter der selben Rubrik, nämlich „zentrale Instanzen und Kontexte der Sozialisation“, dort an letzter Stelle, von dem Psychologen *Helmut Lukesch* (vgl. 2008) unter dem kaum mehr zeitgemäßen Titel „Sozialisation durch Massenmedien“ abgefasst. Im Vergleich zu einem früheren, in der „Enzyklopädie der Psychologie“, im Band „Pädagogische Psychologie“ (vgl. 1994), verbreiteten Artikel zum selben Thema, der unter einem sehr simplen, kausalistischen Wirkungsansatz fast ausschließlich negative Effekte aufführt, ist diese jüngste Fassung etwas offener und ausgewogener formuliert, ignoriert aber völlig die einschlägige Sozialisationsforschung. Immerhin erkennt *Lukesch* theoretisch an, dass Medien inzwischen „wichtige Umwelterfahrungen“ und „bedeutsame Sozialisationsfaktoren“ geworden sind und plädiert zunächst für einen „wertneutralen“ Sozialisationsbegriff (*Lukesch* 2008, S. 366). Das sonst vertretene Konzept eines begrenzt eigenständigen, aktiven Rezipienten hält er aber in „vielerlei Hinsicht“ für „schmeichelhaft“, die Befunde sprächen „eine andere Sprache“ (ebda., S. 389), weshalb bei der Aufzählung der Sozialisationsbereiche, in denen Medien sozialisatorisch wirken, die negativen Einflüsse überwiegen: Sie prägen Vorurteile und Stereotypen, beeinträchtigen die Schulleistungen, disponieren zur Werbe- und Konsumabhängigkeit, begünstigen den Erwerb gewalthaltiger und delinquenten Verhaltensmuster. Allein bei der politischen Sozialisation akzeptiert *Lukesch* „Wechselwirkungen zwischen politischem Interesse, der informationsorientierten Mediennutzung und dem politischen Wissen“ (ebda., S. 392). Warum diese nur in diesem Bereich bestehen und nicht auch in anderen, bleibt unklar. Ebenso unvereinbar dürfte sein, dass Autoren, die in anderen Kapiteln ebenfalls auf sozialisatorische Zusammenhänge zwischen Individuen bzw. Gruppen und Medien eingehen, dies augenscheinlich mit gänzlich anderen, fast gegensätzlichen Akzenten als *Lukesch* tun. So resümieren *Jutta Ecarius*, *Thorsten Fuchs* und *Katrin Wahl* (vgl. 2008) am Ende ihres Abrisses über den „historischen Wandel von Sozialisationskontexten“ durchaus im Einklang mit der modernen, konstruktivistisch angelegten Rezeptionsforschung, dass in der jüngsten Historie nicht zuletzt mittels Medien vielerlei Optionen für individuelle Identitätsbildung und gruppenspezifische Profilierung möglich werden. Denn „durch Medien können sich Jugendliche aus vorgegebenen, unbeeinflussbaren Entwicklungsnormen lösen und im Rahmen eher ungeplanter, möglichst eigenständiger Aneignungen von Medien und Medienprodukten individuelle Identitätsmuster herausbilden“ (ebda., S. 113f).

Aus Sicht der politischen Sozialisation will *Rippl* (vgl. 2008) „Medien [...] als kulturelle Ressourcen“ sehen, „die der Einzelne im Prozess der Identitätsbildung nutzt“. Entsprechend wehrt sie sich gegen einen simplen Wirkungsbegriff, denn „die Entwicklung politischer spezifischer Einstellungen“ ist „ein aktiver Prozess, den der Jugendliche im Kontext seiner sozialen Beiträge und seiner bereits erworbenen Kompetenzen gestaltet“ (ebda., S. 452). Dafür könnten Medien Themen setzen, aktivieren und darüber informieren, wie es die Ansätze zum Agenda Setting postulieren, mehr aber auch nicht. Angesichts so vieler und gra-

vierender Unstimmigkeiten, wenn nicht Inkonsistenzen wäre es schon hilfreich gewesen, wenn die Herausgeber in ihrer Einleitung „Zum Stand der Sozialisationsforschung“ (Hurrelmann/Grundmann/Walper 2008a) auf Stellenwert, Funktionalität und Wirkungspotentiale der Medien in der Sozialisation systematisch eingegangen wären und zu der hier vielfach thematisierten Problematik Position bezogen hätten. Dort findet sich der Begriff der „Medialisierung“ aber nur ein einziges Mal, zusammen mit der „Ökonomisierung der Lebenswelten“, deren „Folgen“ auf die „Persönlichkeitsentwicklung und die gesellschaftliche Wohlfahrt“ (ebda., S. 24) die Sozialisationsforschung thematisiere. Auf einen plausiblen theoretisch-systematischen Entwurf muss also in nächsten Auflagen gewartet werden.

Erstmals in seiner 5. vollständig überarbeiteten Auflage von 2002 widmete sich das nicht weniger renommierte Handbuch der „Entwicklungspsychologie“ (Oerter/Montada 2002), das vielfältig soziale und kulturelle Aspekte der kindlichen Entwicklung thematisiert, auch der „Bedeutung der Medien für die Entwicklung von Kindern und Jugendlichen“. Die Psychologen *Siegfried Hoppe-Graff* und *Hye-On Kim* (vgl. 2002) distanzieren sich hier von der klassischen Wirkungsforschung etwas, indem sie „Medienerfahrungen“ als einen „integrativen Teil der aktiven Aneignung der Welt im Laufe der Ontogenese“, mithin mit *R. J. Havighurst* (vgl. 1982) als „altersspezifische Entwicklungsaufgabe“ erachten. Aber auch ihnen gelingt keine Integration in ein entwicklungspsychologisches Modell. Immerhin vermuten sie am Ende mit Rekurs auf nicht näher gekennzeichnete „Überlegungen von Medientheoretikern“, „dass die Bedeutung der Medien viel weitergeht, als es durch die Ergebnisse der Psychologie nahe gelegt wird“, und diese Erweiterungen gelten insbesondere für Kinder und Jugendliche, für die eine „Welt ohne Medien nicht mehr denkbar sei“ (ebda., S. 921). In der jüngsten, achten Auflage des Handbuches zur „Entwicklungspsychologie“ (Oerter/Montada 2008) hat die Landauer Medienpsychologin *Ulrike Six* (vgl. 2008) das Kapitel „Medien und Entwicklung“ übernommen. Bei allen anderen entwicklungspsychologischen Dimensionen und Theorien spielen Medien abermals keine Rolle, vollends fehlen sie im Rahmen weiter reichender, integrierender entwicklungspsychologischer Kontexte. Wie schon ihre Vorgänger diagnostiziert Six, dass „Medien [...] im Leben von Kindern und Jugendlichen und damit in der Entwicklung und Sozialisation von Heranwachsenden inzwischen eine Rolle wie nie zuvor“ einnehmen (ebda., S. 885 u. S. 908). Und sie zeigt diese Bedeutung zunächst mit Daten der Medienausstattung und -nutzung von Kindern und Jugendlichen (die ja schnell veralten) auf, bevor sie Befunde der Wirkungsforschung für die Wahrnehmung, Aufmerksamkeit, Wirklichkeitsbildung sowie prosoziale und negative Wirkungen (vor allem gewalttätige Einflüsse) für vielerlei Segmente der Entwicklung und des Handelns referiert. Doch Mediensozialisation bleibt außer Acht, es dominiert erneut die konventionelle Perspektive, bei der die Entwicklung weitgehend intrinsisch verläuft und damit auch den Medienumgang wie die Medienwirkungen steuert. Die längst nahe liegende, wenn nicht drängende Frage, ob und wie die allfällige Medienpräsenz und -nutzung von Kindern schon ab dem ersten Lebensjahr womöglich Entwicklung und Aufwachsen prägen und verändern, kann das renommierte Handbuch mithin auch in seiner sechsten Auflage nicht beantworten. Der

Bedeutung der Medien für die Entwicklung im Handbuch der „Entwicklungspsychologie“

„komplexe Wirkungszusammenhang [...] zwischen Merkmalen des Medienangebotes und einzelner Inhalte“, „das breite Spektrum an Aktivitäten und Prozessen auf Seiten des Mediennutzers“ und die „Vielzahl an Bedingungs- und Einflussfaktoren für Medienpräferenzen und -zuwendung wie auch für ebenjene medienbezogenen Aktivitäten und Prozesse“, die *Six* (2008, S. 908) am Ende ihrer Ausführungen als künftige Forschungsperspektive postuliert, bleiben weiterhin Desiderat, sofern man sie so überhaupt formulieren kann und sie nicht angemessener in eine umfassendere Mediensozialisationsperspektive integrieren sollte.

2.2 Medien als Sozialisationsfaktoren und Handlungsfelder in der Kindheits- und Jugendforschung

Solche Korrelationen und Gewichtungen kann wohl besonders angemessen das Sozialisationsparadigma abbilden, da es verschiedene Sozialisationsbereiche, -agenturen und -faktoren einbezieht, miteinander korreliert und mit multivariaten Methoden abzugleichen vermag. So könnte es als Vermittlung zwischen einer weit entwickelten und differenzierten Medien(rezeptions)forschung und einer breiter angelegten Kindheits- und Jugendforschung fungieren, sofern letztere Medien endlich in ihren analytischen Fokus nimmt und die in der Medienforschung verfügbaren empirischen Daten und Explikationen berücksichtigt, wozu es erst allmählich kommt, wie die folgende kurze Übersicht über einschlägige Studien belegen soll:

Erhebung des Deutschen Jugendinstituts zum ‚Wandel und [der] Entwicklung familialer Lebensformen‘

Seit 1986 befasst sich beispielsweise das Deutsche Jugendinstitut im Auftrag des Bundesfamilienministeriums mit dem „Wandel und [der] Entwicklung familialer Lebensformen“. 1988 erfolgte die erste Erhebungswelle von rund 11.000 standardisierten mündlichen Interviews mit 18- bis 55-jährigen Personen deutscher Staatsangehörigkeit, zunächst in den alten Bundesländern, 1991 ergänzt um die neuen Bundesländer sowie um weitere Erhebungen bis 1993. Aus diesen Daten wurden als Sonderauswertung die Interviews der Befragten herausgefiltert, die Kinder in der Familie haben. Ermittelt werden konnten Datensätzen von 22.217 Kindern von unter 2 bis 18 Jahren. Diese erstmals in diesem enormen Umfang erfolgte „Sozialberichterstattung über Kinder“ in Deutschland erbrachte eine ungeheure Vielzahl von Dimensionen und Zusammenhängen über kindliche Lebensbedingungen in Familien, zumal als theoretischer Ansatz eine „sozialstrukturelle Sozialisationsforschung“ mit einem „Mehrebenen-Kontextmodell“ für die „familiären Bedingungen des Aufwachsens von Kindern und Jugendlichen in Anlehnung an die Grundüberlegungen der sozialökologischen Sozialisationsforschung“ gewählt wurde (*Nauck/Bertram* 1995, S. 3). Doch weder unter den strukturellen Bedingungen noch unter den sozialen Konstellationen noch unter den psychischen Komponenten wie Einstellungen und Werte werden Medien und ihre familialen Herausforderungen erwähnt.

In der letzten, der 16. Shell-Jugendstudie „Jugend 2006“ (*Shell Deutschland Holding* 2006) finden sich die Medien und ihre Nutzung durch Jugendliche im Alter von 12 bis 25 Jahren abermals tiefdringend rubriziert im Kapitel „Jugendliche Lebenswelten: Familie, Schule, Freizeit“, dort subsumiert unter „Freizeit-

16. Schell-Jugendstudie ‚Jugend 2006‘

und Gesundheitsverhalten“ – wohl eher eine zufällige, inhaltlich unverbundene Kombination, wenn man nicht gängige Verdächtigungen über gesundheitliche Schäden und Medien nähren will. Schon eingangs, in der Zusammenfassung, heißt es lapidar: „Über Massenmedien, insbesondere Radio, Fernsehen und Internet, können sich Jugendliche heute manchmal virtuoser als ihre Eltern Informationen und Impulse für die Freizeitgestaltung und damit für ihre Persönlichkeitsentwicklung holen. Das kann in Konkurrenz zu den Einflüssen des Elternhauses und der Schule stehen. Aber auch hier zeigt sich: Die soziale Herkunft gibt den Ausschlag für das gesamte Freizeitverhalten“ (*Shell Deutschland Holding* 2006, S. 17f). In dem kurzen Kapitel zum Freizeitverhalten selbst werden „typische Kombinationen von Freizeitverhaltensweisen“ aufgeführt, denen der Medienumgang jeweils zugeordnet ist, aber dafür keine prägende Rolle und Funktion hat (ebda., S. 77ff). Ein neuer ‚Sozialisationstyp‘, der auf Einflüsse von Medien zurückgeführt hätte werden können, lässt sich in dieser Studie nicht entdecken.

Ähnlich geht die jüngste „1. World Vision- Kinderstudie“ zu „Kinder in Deutschland 2007“ (*World Vision* 2007), repräsentativ für Kinder zwischen 8 und 11 Jahren, vor. Erstmals finden sich im Eingangskapitel über „Kindheitsforschung“ (ebda., S. 35ff) einige theoretische Ausführungen zum Zusammenhang von Kindheit heute und Medien. Konstatiert wird, dass „Medien aus der Welt der Kinder nicht mehr wegzudenken sind“, dass Kinder, vor allem Jungen „mehr oder weniger selbstverständlich mit Medien“ umgehen (ebda., S. 53). Wenn jedoch konkret über die sozialisatorischen Auswirkungen dieses Umgangs reflektiert wird, überwiegen eher negative Konsequenzen: Da verwischen Medien angeblich die „Grenzen zwischen den verschiedenen Lebensphasen, aber vor allem zwischen der Kinder-, Jugend- und Erwachsenenwelt“. Außerdem verfallen Kinder, zumal die kulturell und bildungsmäßig Benachteiligten, der „Verführungskraft der Medien“, vor allem diejenigen, die mit ihrer Freizeit nichts Vernünftiges anzufangen wissen. „Gewaltbereitschaft“ ist eine weitere Folge des Medienkonsums, ferner verstärkte sich „der Zusammenhang zwischen der körperlichen Befindlichkeit und der Bewegungsbereitschaft von Kindern und dem Einfluss von Medienkonsum“. Schließlich wachse die „Anzahl von medien- und insbesondere computersüchtigen Kindern“, Kindheit gerate durch eine „technokratische Bildungsreform“ wie durch die Medien gleichermaßen „in Bedrängnis (*Rittelmeyer* 2007)“ (ebda., S. 52f). Gleichwohl: in die Konstitution und Ausprägung von Kindheit heute werden Medien nicht grundsätzlich und umfassend einbezogen, vielmehr gilt „Freizeit“ heute für den „Kinderalltag und seine Gestaltung“ als „zentral“ (ebda., S. 52) – obwohl Begriff und Gehalt von Freizeit eigentlich nur in Relation zur Arbeit, mithin zum Alltag der Erwachsenen, analytisch sinnvoll sind. Zudem steht diese Setzung in einem unerklärten Widerspruch zur an anderer Stelle diagnostizierten wachsenden „Verknappung von Zeit“, die ja nur in der so genannten ‚Freizeit‘ von Kindern passieren kann, da die allenthalben beobachtete, zunehmende „Ökonomisierung von Lebenswelten“ sowie die fortschreitende Rationalisierung von Tages- und Wochenrhythmen etwa durch die Schule ihnen diese frei verfügbare Phasen dezimieren (ebda., S. 49).

Als beherrschend für die vier herausragenden „Freizeitaktivitäten“ von Kindern, nämlich „Sport, Medienkonsum, Kultur sowie häuslich-familiäre Aktivi-

täten“, werden nach wie vor die sozio-strukturellen Positionen sowie die sozio-kulturellen Ressourcen des Familienhaushaltes gewertet. Sie beeinflussen fast durchgängig, ob ein Kind zu den „normalen Freizeitlern“ (50%), zu den „vielseitigen Kids“ (24%) oder zu den „Medienkonsumenten“ (26%) rechnen, wie die drei gefundenen Typen lauten, die ein breites Mittelfeld des Mainstreams und zwei Extremgruppen aufweisen. In der eher negativ konnotierten Gruppe der „Medienkonsumenten“ sind zu 82 Prozent Jungen, sie gehören vorrangig zu den unteren sozialen Schichten, sind weniger in Vereine oder in sonstige Gruppenangebote eingebunden, haben schlechtere schulische Leistungen und auch einen „negativen Bezug“ zur Schule. Bemerkenswerterweise sind unter ihnen etwas mehr deutsche Kinder als solche mit Migrationshintergrund. Jedenfalls: unter den aufgeführten „aktuellen Bedingungen von Kindheit heute“ (ebda., S. 42ff) spielen Medien keine herausragende oder gar determinierende Rolle, die in ein theoretisches Konzept prominent hätten integriert werden müssen.

3 Empirische Daten zur Mediensozialisation

Bei empirischen Erhebungen zur Mediennutzung von Kindern und Jugendlichen öffnen sich besagte Diskrepanzen zwischen den Disziplinen und den von ihnen erfassten Wirklichkeiten. Zwar haben medienwissenschaftliche Untersuchungen spätestens seit Einführung des Fernsehens in den 1950-er Jahren (Kübler 1980) Umfang und Bedeutung der Mediennutzung im Alltag von Kindern und Jugendlichen wiederholt – und zwar seither, entsprechend der Expansion der Medien und Programme, mit steigenden Zuwächsen – registriert und expliziert, aber zunächst und vielfach bis heute nur in singulären Einzelstudien, selten in vergleichenden, längsschnitorientierten Kontinuitäts- und Tendenzbeschreibungen. Und ebenso selten ist es ihnen gelungen, mit der Kindheits- und Jugendforschung zu kooperieren, so dass ihre Befunde und Daten dort hätten Eingang gefunden.

Inzwischen liegen in den seit 1998 bzw. 1999 jährlich erhobenen „Basisstudien“ des Medienpädagogischen Forschungsverbundes, nämlich in den so genannten KIM- und JIM-Studien, repräsentative Daten zum Freizeit- und Medienverhalten der 6- bis 13-jährigen bzw. der 12- bis 19-jährigen vor, die nicht nur weithin als Standard anerkannt sind, da sie verlässliche, kontinuierliche Auskunft geben und fundierte Explikationen anbieten, sondern die auch über nunmehr fast über ein Jahrzehnt Entwicklungen und Veränderungen des Medienverhaltens dokumentieren und so den Anforderungen einer sozialisatorischen Forschungsperspektive nahe kommen (siehe www.mpfs.de). Zwar sind sie keine Panelstudien im engeren Sinne, aber zusammen mit der Langzeitstudie „Massenkommunikation“ (zuletzt Reitze/Ridder 2006; Klingler/Turecek 2008), die regelmäßig seit 1964 durchgeführt wird, sowie diversen Sonderauswertungen bzw. speziellen Datenreviews, insbesondere der jährlich durchgeführten Strukturserhebungen des Publikums ab drei Jahren der so genannten Fernsehstandardforschung (z.B. Frey-Vor/Schumacher 2006) lassen sich auf empirischer Basis recht umfangreiche wie gehaltvolle Tableaus von (Medien)Soziali-

Diskrepanz zwischen
den Disziplinen bei
Forschung zur
Mediennutzung

Repräsentative
Daten zum Freizeit-
und
Medienverhalten in
KIM- und JIM-
Studien

sationsprozessen mittlerweile diverser Generationen rekonstruieren. Sie erübrigen in jedem Fall, dass singuläre Surveystudien zu Kindheit und Jugend heute ebensolche Daten relativ isoliert und weniger gründlich erheben, wie es in akademischen Kontexten immer noch vorkommt (z.B. *Treumann* u.a. 2007), und sie legen in jedem Fall nahe, sie mit den kontinuierlichen allgemeinen Kinder- und Jugend-Studien abzugleichen.

Ohne solche Abgleiche hier im Detail leisten und die darin enthaltenden Entwicklungen herausarbeiten zu können, belegen die KIM- und JIM-Studien einerseits eine relativ starke Kontinuität und Konstanz der Präferenzen und Proportionen sozialer, kultureller und kommunikativer Tätigkeiten von Kindern und Jugendlichen – die Freunde sind nach wie vor vorrangig, und bei Kindern obsiegt auch das Spielen draußen alle Medienattraktionen; andererseits unterstreichen diese Daten, dass die meisten Kinder und Jugendliche schon beachtliche Fähigkeiten haben, immer wieder Medieninnovationen und auch vielfältige Diversifikationen der Medienangebote in ihre Zeitbudgets und Alltagsrhythmen zu integrieren, mit ihnen also einigermaßen sozialverträglich umzugehen und damit ansatzweise die viel beschworene Medienkompetenz quasi nebenbei lernen.

Kinder und Jugendliche erlernen Medienkompetenz nebenbei

Vor allem die sozio-strukturellen und -kulturellen Konstellationen, in denen Kinder und Jugendliche aufwachsen und die sie mindestens formal mit sozialen und „kulturellen Kapitalien“ (*Bourdieu* 1982) ausstatten, beeinflussen nach vor ihre Umgangsweisen mit und Präferenzen für Medien. Eine breite und gründliche Nivellierung dieser Bedingungen durch den Einfluss der Medien – von vielen als Erosion der überkommenen Sozialisationsstrukturen befürchtet, von anderen als so genannte Selbstsozialisation postuliert – lassen die Studien bislang nicht eindeutig erkennen. Demnach müssen eingehendere und differenziertere Analysen angestellt werden, die just solch spezielle Konstellationen, auch als Risikogruppen bezeichnet, herausarbeiten und deren funktionalen wie kasuellen Wirkungsgefüge multivariat aufzeigen. Einen in diese Richtung gehenden Versuch unternimmt etwa die jüngste KIM-Studie (vgl. 2006), bei der die bekannten Sinus-Milieus der Lebensweise und -auffassung mit erhoben und für die Auswertung der Nutzungsdaten herangezogen werden. Daran zeigt sich erneut, „dass die verschiedenen Medien [nicht nur] je nach Milieuherkunft einen unterschiedlichen Stellenwert im Alltag der Kinder und ihrer Familien einnehmen, sondern auch dass gleiche Medien je nach Milieu mit unterschiedlicher Schwerpunktsetzung genutzt oder bewertet werden“ (*Feierabend/Klingler* 2007, S. 504).

Sozio-kulturelle Konstellationen beeinflussen die Umgangsweise mit Medien

4 Forschungsentwicklungen als Grundlagen für Mediensozialisation

Soll sich Mediensozialisation als analytisches und zugleich spezielles Paradigma in der Medienrezeptionsforschung bewähren, müsste es mit anderen medienanalytischen Ansätzen verglichen und in ihrer jeweiligen Ergiebigkeit bewertet werden. Zweifelsohne bietet die Nutzungsforschung eine Fülle von Datenmate-

Konzepte der
Wirkungsforschung

rial, das die Ausmaße gegenwärtiger Mediennutzung insbesondere in formaler und quantitativer Hinsicht ermessen lassen (*Schweiger 2007; Frey-Vor u.a. 2008*). Darüber hinaus kann akademische Grundlagenforschung, am ehesten in qualitativ ausgerichteten Studien, Besonderheiten, Zusammenhänge und sogar fallweise ermittelte Explikationen ergründen, die so von der kommerziellen Auftragsforschung nicht ermittelt werden. Aber empirische Daten zur Mediennutzung geben prinzipiell keine Anhaltspunkte für Medienwirkungen, auch wenn sie im Alltagsverständnis immer wieder dafür herhalten müssen (getreu dem Motto: Was viel genutzt wird, muss auch (viel) wirken). Im schlichten Verständnis versteht sich (Medien)Wirkung als nachweisliche, fixierbare Veränderung zwischen zwei Stadien, eindeutig verursacht von identifizierbaren Faktoren, genauer: von Medien, meist sogar: von nur einem bestimmten Medium. Und so ist Wirkungsforschung lange Zeit betrieben worden und wird es bis heute besonders unter anwendungsorientierten Vorzeichen, etwa der Werbewirkungsforschung (*Zurstiege 2007*).

In der empirisch vorfindlichen Realität muss ein solches Verständnis von Medienwirkung zwangsläufig scheitern, denn einzelne Medien lassen sich weder in ihrer nachweislichen Wirksamkeit räumlich und zeitlich eindeutig identifizieren noch in den wachsenden konvergierenden Medienverbänden isolieren. Vor allem finden ihre Nutzung und Rezeption nicht im klinischen Labor statt, vielmehr sind sie eingebettet in soziokulturelle Kontexte, alltägliche Handlungen, personelle Interaktionen, psychosoziale Befindlichkeiten. In die empirischen Erhebungen hat man sie begrenzt und vereinfacht, soweit es die methodischen Operationalisierungen zulassen, als so genannte intervenierende oder intermittierende Variable einbezogen. Aber die grundlegende Prämisse, nämlich ein medienzentrierter Determinismus, blieb beibehalten. Insofern sind die Rezipienten die mehr oder weniger abhängigen, passiven ‚Objekte‘. Daraus folgten die Thesen von der überbordenden Wirkungsmacht der Medien, wie sie sich bis heute besonders in populärwissenschaftlichen Streitschriften hält (*Spitzer 2005; Pfeiffer u.a. 2007*).

Cultural Studies
betonen den
Zusammenhang von
Gesellschaft,
Medium und
Individuum

Am konsequentesten mit den traditionellen Konzepten der Wirkungsforschung gebrochen haben die Cultural Studies (CS); nach ihnen lässt sich Mediennutzung nur über einen Zusammenhang von Gesellschaft, Medium und Individuum denken. In den analytischen Fokus der CS-Vertreter rücken die soziokulturellen Erfahrungen der Rezipienten als eigensinnige Subjekte, die Bedeutungsvielfalt bzw. -optimalität medialer Texte und die sozio-strukturellen Kontexte der Medienrezeption (*Hepp 2004; 2005; Winter 2005*), die in ihren wechselseitigen Interaktionsbezüge eruiert werden. Dazu werden verschiedene Lesarten von Texten interpretativ – etwa entlang des berühmten Encoding/Decoding-Modells von *Stuart Hall* (vgl. 1980; 1999) – erschlossen (dekonstruiert) und mit den referierenden gesellschaftlichen, historischen und sozio-kulturellen Kontexten in Beziehung gebracht, um so Übereinstimmungen, aber auch Inkonsistenzen und gegenläufige Rezeptionsmöglichkeiten zu ergründen. Vorrangig sind die subjektiven Deutungsfähigkeiten der Rezipienten in ihrer jeweiligen gesellschaftlichen Verfasstheit. Mit dem Paradigma der kommunikativen oder medialen Aneignung sucht man mit qualitativen Methoden, vorzugsweise mit Interviews und teilnehmenden Beobachtungen, die Prozesse der Wahrnehmung,

Verarbeitung und vor allem die postkommunikative (Re)Konstruktion von Medienprodukten bzw. -inhalten (Anschlusskommunikation) zu erfassen (Hepp 2005; Winter 2005; Mikos/Wegener 2005).

Dafür hat sich der Terminus der Medienaneignung eingebürgert; er lässt sich verstehen als „Vermittlungsprozess zwischen den in spezifischen Diskursen lokalisierten Medieninhalten einerseits und den ebenfalls diskursiv vermittelten, alltagsweltlichen Lebenszusammenhängen der Nutzerinnen und Nutzer andererseits“ (Hepp 2004, S. 164). Medienaneignung stellt sich mithin als kaum eindeutig und weitgehend offen dar, sie ist nie abgeschlossen, sondern kann nur pragmatisch abgebrochen werden, sie ist kein einseitiges, erst recht kein kausal verursachtes Produkt der Medien, aber auch kein völlig beliebiges, vom Subjekt autonom geschöpftes Konstrukt. Vielmehr resultiert sie aus vielfältigen, komplexen, mehrfach zirkulären Rekonstruktionen, situativen und soziokulturellen Kontextuierungen, interaktiven Aktualisierungen und gemeinsamen Interpretationen während der Medienrezeption und darüber hinaus. Entsprechend fallen die analytischen Befunde recht kasuistisch und individualistisch aus, sie lassen sich nur vorsichtig und spekulativ verallgemeinern und bleiben ständig für weitere Deutungen der beteiligten Subjekte und der Forscher offen. Ihre sozialwissenschaftliche Ergiebigkeit gewinnen diese Studien nur durch intensive soziologische wie kulturwissenschaftliche Einbettungen und durch die zu ergründende, hochsensible und differenzierte Dichte ihre Interpretationsangebote, etwa im Sinne der „objektiven Hermeneutik“ Ulrich Oevermanns (Garz/Ackermann 2006). Jedenfalls räumen sie gründlich mit allen eindimensionalen, kausal oder funktional gedachten Konzepten von Medienwirkungen als auch mit einfachen, gar regelhaft gedachten und verallgemeinerbaren Modellen von Sozialisation auf; vielmehr betonen sie eher das Risiko und die Widerständigkeit von Entwicklung und Sozialisation denn die Wahrscheinlichkeit konformer Normalität.

Konzept der
Medienaneignung

Auch die Sozialisationsforschung hat eine ähnliche Entwicklung wie die Medienrezeptionsforschung genommen. Spätestens mit Klaus Hurrelmanns Aufsatz zum „Modell des produktiv realitätsverarbeitenden Subjekts in der Sozialisationsforschung“ von 1983 wurde die vorher überwiegende Sichtweise der „Vergesellschaftung des Individuums“, mit der „Verhaltensweisen, Denkstile, Gefühle, Kenntnisse, Motivationen und Wertorientierungen“ als verbindliche „allgemeine Sozialisationsstile“ der aufwachsenden Generation vermittelt werden“, wie es im „Zweiten Familienbericht der Bundesregierung“ (1975, S. 13) noch heißt, relativiert oder gar revidiert und dem Subjekt einen mindestens begrenzt eigensinnigen Anteil an der Sozialisation eingeräumt. Inzwischen wird Sozialisation ebenso als reziproke Interaktion zwischen Ego und Alter, als der „Prozess der Entstehung und Entwicklung der Persönlichkeit in wechselseitiger Abhängigkeit von der gesellschaftlich vermittelten sozialen und materiellen Umwelt“ (Hurrelmann 2002, S. 11) gesehen, wobei jeweils konkret ausgelotet werden muss, welche Anteile bei welchen Prozessen wie verteilt sind, es jedenfalls keine pauschalen und fixierten Proportionen mehr gibt. Auch die Sozialisationsforschung hat, um mit den entwicklungspsychologischen Kategorien *J. Piagets* zu umschreiben, der Assimilation die Akkommodation hinzugefügt und muss nun jeweils ihre reziproken Anteile herausfinden.

Neue Definition des
Sozialisationsbegriffs
nach Hurrelmann

5 Zur Konzipierung des (Medien)Sozialisationsparadigmas

Eingedenk der aufgezeigten Forschungstraditionen, Datenreservoirs und Desideraten fehlt es in der Medienforschung ohne Frage an integralen Paradigmen, die diese Komplexität umfassen, einigermaßen systematisch zuordnen, faktoriell gewichten und auch empirischen Erkundungen zuführen könnten. So bedarf die Sozialisationsforschung der Erweiterung, wenn nicht der Modifikation ihrer Prämissen, um den geänderten Wirklichkeitsbedingungen von Entwicklung und Sozialisation heute – zumal durch die Medien – gerecht zu werden. Überblickt man andererseits verfügbare Paradigmen der Medienrezeptionsforschung – etwa Medienkultur, Medienbiographie, Mediengeneration, Medienkindheit, Mediatisierung bzw. Medialisierung etc. –, so findet sich eigentlich keines, das den substanziellen und analytischen Anforderungen so gerecht wird wie das der Mediensozialisation. Darin mag auch begründet sein, weshalb es gegenwärtig in der (deutschsprachigen) Forschungsliteratur wieder aufgegriffen wird, nachdem es nach einer ersten Phase, beginnend mit dem umfangreichen Sammelband von *F. Ronneberger* (vgl. 1971) über *H. Bonfadellis* (vgl. 1981) „erste kritische Sichtung und Aufarbeitung der unsystematischen und weitverstreuten publizistikwissenschaftlichen Arbeiten, denen ein sozialisatorischer Bezug zugrunde liegt“ (ebda., S. 7), und wohl reichend bis zu einem Themenheft der „Publizistik“ mit dem Titel „Sozialisation durch Massenmedien“ (vgl. 1988) erst einmal recht still wurde. Erneut wurde die Thematik aufgegriffen von dem Zürcher Medienpsychologen und -pädagogen *D. Süss* in seiner Habilitation (vgl. 2004): Mit seiner theoretischen Grundlegung wie empirischen Erkundungen leitete er wohl die zweite Phase ein, die bis heute mit einigen Sammelbänden (*Fritz/Sting/Vollbrecht* 2003; *Mikos/Hoffmann/Winter* 2007; *Hoffmann/Mikos* 2007) und Aufsätzen anhält. Das von *Süss* angestrebte „kohärente Gesamtbild“ (2004, S. 22), um theoretische Ansätze und empirische Befunde miteinander zu verbinden und systematisch für eine integrale, ganzheitliche „Theorie der Mediensozialisation“ zu verarbeiten, ist – wie gezeigt – bislang nicht gelungen; und sie dürfte auch so lange nicht gelingen, wie die befassten Disziplinen nicht zusammenarbeiten und ihre spezielle Theorien wie Befunde austauschen.

Was könnte nun ein Paradigma ‚Mediensozialisation‘ theoretisch und analytisch leisten? Dies sei einmal heuristisch-programmatisch aufgeführt:

- Ausgehend von den umrissenen Theorien und Forschungstraditionen begründet es ein interaktives Subjekt-Objekt- bzw. Rezipient-Medium-Verhältnis, bei dem das rezipierend-aneignende Subjekt den vorrangigen aktiven Part übernimmt, da es Wahrnehmung, Aufmerksamkeit, Verarbeitung und Interpretation als kommunikative Tätigkeit bewerkstelligt und mithin steuert, zumal bei den heute so genannten interaktiven Medien, die eigenständige Kommunikations- und Produktionsleistungen ermöglichen. Von den Medien mit ihren diversen, vielschichtigen Kommunikationsoptionen werden Rahmungen etwa struktureller (Zeit, Raum, Situation), aber auch inhaltlicher und welterschließender Art vorgenommen, wie umgekehrt die Subjekte durch den Umgang mit, die Aneignung und die Verarbeitung von Medien ihnen jeweils subjektive ‚Realitäten‘ verleihen.

Bisher keine
ganzheitliche
Theorie der
Mediensozialisation

Interaktives
Rezipient-Medium-
Verhältnis

- Entgegen manchen Individualisierungsneigungen gegenwärtiger Theorien etwa in der Biografie-, aber auch in der qualitativen Medienforschung – zumal im Kontext der Cultural Studies – hält das Sozialisationsparadigma die Balance zwischen Individuum und Sozialcharakter, zwischen Subjekt, Medien und Gesellschaft. Medien sind in ihrer strukturellen Verfasstheit und in ihren symbolisch-ideologischen Funktionen Instanzen und Konstrukte der Gesellschaft, sie sozialisieren Individuen, wenn auch nicht im Sinne kausaler Wirkungstheorien, und sie tun es auf vielfältigste Weise und auf diversen Ebenen. Sie sind damit nicht nur beliebige, disponible Vehikel der Identitäts- und Gruppenbildung von Kindern und Jugendlichen. Vielmehr: Was Individuen sich auf welche Weise aneignen, wie sie mit Medien umgehen und ihre Inhalte verarbeiten, ist von allgemeinen Sozialisationsbedingungen geprägt, wird umgekehrt aber auch von den Medien selbst als gesellschaftliche Instanzen ständig neu figuriert, bestätigt, konterkariert, weiterentwickelt. Insofern drängen sich immer wieder kausale Wirkungsvermutungen – neuerdings: macht das Internet dumm? – auf, aber sie verfehlen die Komplexität und Kontingenz dieser strukturell-symbolischen Reziprozität, die es analytisch zu erfassen gilt.
- Entgegen anderen Rezeptionsparadigmen wie etwa Aneignung impliziert Mediensozialisation außerdem eine dynamische, zumal langfristige und ‚lebenslängliche‘ Dimension, wie heute Sozialisation verstanden wird. Will heißen: Mediensozialisation vollzieht sich ständig, ist nicht auf Kinder und Jugendliche beschränkt, gerade in den höheren Lebensaltern erlangen Medien neue, zumindest zusätzliche Bedeutungsdimensionen, die teils existenziell wichtig sein können. Medienbiografie bezieht sich auf ein einzelnes Individuum, Mediensozialisation umfasst Kohorten und Generationen, sie ist damit gesellschaftlich relevant (Kübler 1997; 1998).
- Unter diesen Prämissen ist auch klar, dass Mediensozialisation nicht eindimensional verstanden werden kann, sondern je nach situativen Gegebenheiten, medialen Bedingungen, motivationalen Erwartungen/Bedürfnissen und subjektiven Möglichkeiten vieldimensional, jeweils reziprok verläuft und auf verschiedenen Ebenen differenziert erschlossen werden muss. Diese Komplexität erweitert und intensiviert sich ständig, zumal die neuen digitalen Medien (wie etwa Web 2.0) als mediale Sozialformen („communities“) und virtuelle Welten einerseits in viele konkrete Lebensbereiche hinein expandieren und diese okkupieren, andererseits immense Optionen individueller, eigenständiger Nutzung und Gestaltung eröffnen, die kaum mehr pauschal erfasst werden können. „Sozialisation durch Massenmedien“ trifft also nur noch einen ganz kleinen Ausschnitt gegenwärtiger (Medien)Wirklichkeit, ist zudem mit seinen exklusiven Wirkungsprämissen falsch angelegt.

Erfassung der strukturell-symbolischen Reziprozität

Mediensozialisation umfasst Kohorten und Generationen

Komplexität von Mediensozialisation erweitert sich

Sicherlich sind noch erhebliche analytische Vorarbeiten zu leisten, um die umrissenen Prämissen und Dimensionen zu strukturieren und für empirische Untersuchungen operationabel zu machen, zumal angesichts der identifizierten Defizite allgemeiner Theorien. Empirische Erkundungen können dabei jeweils nur Wirklichkeitsausschnitte aufdecken und explizieren, Aber allein schon die theo-

retisch gelenkte, vergleichende Synopse verfügbarer Daten, Survey- und Fallstudien könnte das komplexe Terrain der Mediensozialisation bestücken und veranschaulichen. Dabei sind sowohl dynamisierende, zeitvergleichende Perspektiven anzugehen als auch ‚vertikal‘ verschiedene soziale Ebenen und Reichweiten zu klären. Die folgende Übersicht kann dies nur in einer ersten Annäherung zeigen:

Abb. 1: Ansatzebenen von (Medien)Sozialisation

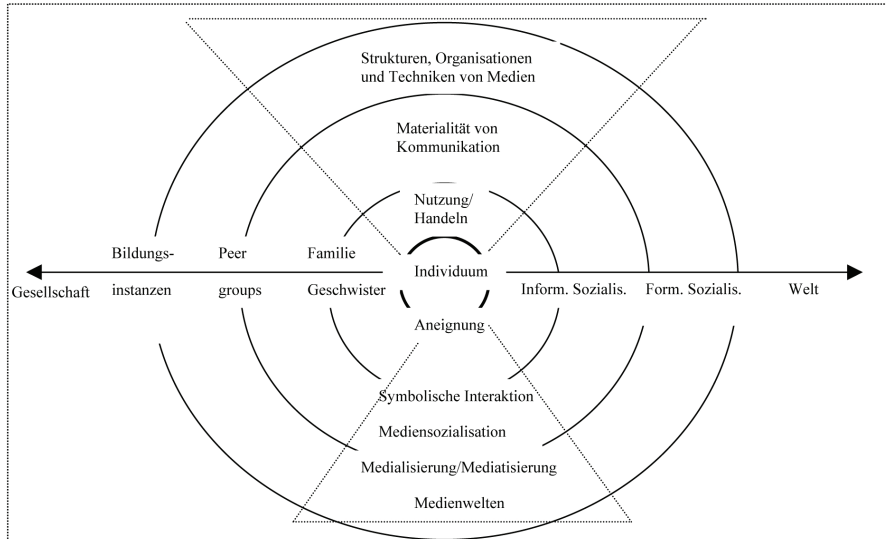
Individuum: Medienbiographie				
Ebene	Subjekt	Rezeption	Strukturwelten	Symbolische Objektwelten
Mikro	Individuum	Aneignung Symbolische Interaktion Identität (Geschlecht)	Gerät Dispositiv abstrakt: Medium	Kommunikation Programm, Inhalt
Meso	Gruppe Kohorte Generation	Sozialisation: Rahmung, Formierung Sozialisationsdimensionen	Medien-Ensembles	(Konvergierende) Medieninhalte
Makro	Gesellschaft	Medialisierung bzw. Mediatisierung	Medienstrukturen, Medienökonomie	Medienwelten
Kohorte/Generation: Mediensozialisation				

In solchen und ähnliche Kategorien lassen sich verfügbare bzw. neue (empirische) Studien einordnen und auf ihre Sozialisationsperspektiven bzw. -erkenntnisse hin überprüfen (wie es beispielsweise *Bonfadelli* (vgl. 1981) für die frühere Forschung getan hat). Auf diese Weise ließe sich ein Tableau relevanter Befunde und Ansätze zusammentragen, gewissermaßen einen (Medien)Sozialisationsatlas, um so symptomatische Tendenzen wie Besonderungen von Sozialisationsverläufen und -inhalten herauszufinden. An ihnen könnten sich jeweils künftige Studien abarbeiten, so Veränderungen, Abweichungen, aber auch Kontinuitäten und Konstanten feststellen.

Im Vergleich zu bisher üblichen Modellen des Sozialisationsverlaufs, die sequenzartige Erweiterungen der Sozialisationsradien annehmen oder das Bild konzentrischer, ökologischer Sozialisationskreise verwenden (*Bronfenbrenner* 1976; *Baacke* 1989), sollen Medien, die klassischen Massen- wie die modernen Online-Medien, als Sozialisationsagenten angesehen werden, die gewissermaßen quer in Raum und Zeit ihre Einflusspotentiale auf alle Sozialisationsfelder erstrecken, sie gewissermaßen (in verschiedenen Tempi und Ausdehnungen rotierend) überwölben oder reflektieren, aber nicht auslöschen oder ganz überdecken, weshalb man von einer Art *hybriden Sozialisation* sprechen könnte; sie hat – wie umrissen – ihre speziellen Gegebenheiten und Dynamiken. Als Modell lässt sie sich wie folgt veranschaulichen:

Medien als
Sozialisations-
agenten

Abb. 2: Modell der (Medien)Sozialisation



Fast schon vom ersten Lebensjahr an sind Kinder mit Medien konfrontiert, nutzen sie bald und erfahren ihren funktionale Einflüsse in der Familie: in der Strukturierung von Zeit, der Rhythmisierung des Alltags, der Zuwendung von Aufmerksamkeit und Finanzen, bei der Einrichtung des Zuhauses, bei der Qualifizierung und Ausstattung von Rollen und Beziehungen. Außerdem repräsentieren und transportieren die Medien tendenziell sämtliche Sozialisationsinhalte: sie sind universell, freilich nach ihren speziellen Logiken, so dass es für Kinder und Jugendliche keine erziehungsspezifische Tabus mehr gibt, weshalb Medien – wie eingangs angeführt – vielfach auch als zentrale Sozialisationsagenten bezeichnet werden. Deren Perception und Aneignung bestimmen die jungen Rezipienten schon weitgehend selbst, entsprechend ihren jeweiligen Bedürfnissen, Motiven und Kompetenzen; allenfalls Eltern und Erziehungsberechtigte üben noch eine begrenzte Zugangskontrolle aus. Und natürlich fallen Reichweiten, Volumina und Einflusspotenziale der medialen Sozialisationskomponenten ständig und vielfach unterschiedlich aus (was ein statisches Modell nur unzureichend abbilden kann). Konsistente Sozialisationsprozesse vollziehen sich daher kaum mehr, mindestens fallen sie pluralistisch, wenn nicht widersprüchlich aus.

Medien transportieren Sozialisationsinhalte

Jugendspezielle Angebote und Nutzungsformen, insbesondere in den und der digitalen Medien (Handy, Internet, Musikmedien), verstärken Vielfalt, Eigensinn und Heterogenität. Jugendforscher sprechen daher gerade im Umgang mit Medien von „Selbstsozialisation“ (Fromme u.a. 1999) von Kindern und Jugendlichen, da sie in der Auswahl und Aneignung der Medien – der Geräte wie der Inhalte – sowie in damit einhergehenden Generierung von Identität und Sozialisation eine weitgehend konstruktive Eigentätigkeit erblicken, die sich ablöst von gesamten Prozess der nunmehr so genannten (Fremd)Sozialisation und eine gewisse, wenn auch begrenzte Autonomie gewinnen kann. Doch wenn Sozialisation insgesamt stets solch eigensinnige, subjektive Konstruktionen impliziert

„Selbstsozialisation“ durch Mediennutzung

und zumindest die herkömmlichen, veranstalteten Medien ebenso zugleich von außen induzierte und bestückte Sozialisationsagenten sind, dürfte diese Unterscheidung und Besonderung analytisch nicht weit führen (Zinnecker 1996). Anders könnte die Attribuierung bei den interaktiven Medien wie Computer, Internet, Computerspiel-Konsole und Handy ausfallen. Sie werden ja nicht nur rezipiert, sondern gebraucht und gestaltet, gewissermaßen als persönliche Netzwerke und jugendkulturelle Welten inszeniert. Mit ihnen verwirklicht sich das lang gehegte medienkritische wie -pädagogische Postulat von der aktiven Medienarbeit und der subjektiven Medienproduktion mindestens in technischer Hinsicht. Tendenziell erzeugen sich User mit ihnen virtuelle Parallelwelten, die zunehmend anderen Logiken gehorchen als die überkommenen, realen Wirklichkeiten (vgl. Quandt/Wimmer/Wolling 2008).

Dass auch zugleich Kommerzialisierung und Vereinnahmung medialer Kommunikation immer dichter und raffinierter werden, muss stets mitbedacht werden. Mediale Jugendkulturen, so originell oder widerspenstig sie auch initiiert werden, bleiben selten und nicht lange autonom, werden dann als neuester Trend und Hype instrumentiert und vermarktet. Jedenfalls kreieren derzeit vor allem Jugendliche online neue *soziale Netzwerke*, in denen sie sich zum einen reichlich unvorsichtig präsentieren und öffentlich preisgeben, die sie zum anderen versiert und eigenwillig nutzen. Besonders mobile Onlinegeräte wie derzeit das multifunktionale Handy eröffnen persönliche und individuell zu kreierende Gebrauchsformen. Mediale Netzwerke oder Online-Communities wie MySpace, Youtube, StudiVZ u.a. sind neue Formen der Vergemeinschaftung ähnlich den realen Jugendkulturen, -szenerien und -cliquen, um jugendspezielle Interessen, Beziehungen und Bedürfnisse nun virtuell zu repräsentieren, wobei die technischen Netze eher als verbindende, interaktiv, bequem, billig und global nutzbare Hilfsmittel fungieren, weniger als inhaltliche Objekte. Ob und wie weit sich durch und über sie neue Formen der Sozialisation herausbilden, darüber wird vielfach spekuliert, kann aber noch nicht empirisch verlässlich diagnostiziert werden (Krotz 2007; Ebersbach/Glaser/Heigl 2008).

Jugendliche kreieren
online neue soziale
Netzwerke

Konkrete Sozialisationsfunktionen ergeben sich, wenn Medienrezeption und -gebrauch in ihren subjektiven Modalitäten, im Kontext der *Alltagsorganisation* und -rhythmisierung, zumal möglichst über längere Zeiträume erforscht und rekonstruiert werden, wie eine Reihe heuristischer Ansätze wie die strukturanalytischen Rezeptionsforschung (Charlton/Neumann-Braun 1986; Neumann-Braun 2005), die biographischen und familienbezogenen Beobachtungen (Barthelmes/Sander 1997; 2001; Sander 2001; Sander/Lange 2005) und etliche andere, meist im Rekurs auf die Vorschläge der Cultural Studies, exemplifiziert haben. Sie liefern erwartungsgemäß wenig allgemeine, schon gar nicht überzeitliche Befunde, aber belegen wiederholt und fallweise anschaulich Vielfalt und Kontingenz von Medienaneignung und -sozialisation.

Sozialisatorisch relevant sind alle medialen Angebote, und zwar sowohl in ihren weiteren inhaltlichen, symbolischen, ästhetischen Tendenzen, die auch mit der Kategorie des Dispositivs gefasst werden, wie auch in ihren konkreten, intentionalen Inhalten. Vor allem für geschlechtsspezifische Identitätsbildung liefern die Medien unzählige Idole, aber auch Schablonen, die inzwischen von einer genderorientierten Forschung analysiert werden (Klaus 2005; Maier 2007).

In der öffentlichen Wahrnehmung werden meist nur die auffälligen („salient“) Inhalte wie etwa Gewalthaltigkeit, Konsumorientierung, Rollenstereotype, Klischees apostrophiert und für die gelingende Sozialisation als abträglich angeprangert. Nicht weniger prägend dürften indes die permanenten, unauffälligen Weltbilder und Erklärungsmuster der Medien ebenso wie ihre kuranten Präsentationsmodi sein; zu nennen sind etwa Personalisierung und Starkult, Skandalisierung und strukturelle Verkürzungen, Dramatisierung, Idyllisierung und sensorische Überreizung etc. Aber ebenso gilt und muss analytisch beachtet werden, dass Mediensozialisation für die überwiegende Mehrheit von Kindern und Jugendlichen gelingt, mindestens in den allgemeinen, akzeptierten Maßstäben.

Mediensozialisation gelingt für die meisten Kinder und Jugendlichen

Solch inhaltliche Attribuierungen kommen gemeinhin nicht ohne Rekurs auf *normative* Maßstäbe aus, auf denen auch insgesamt implizite oder explizite Unterscheidungen in gelungene bzw. konforme und scheiternde bzw. abweichende Sozialisation basieren. Medien sind seit ihrer Entwicklung vorwiegend als Gefährdungsfaktoren für gelingende Sozialisation betrachtet oder gar diffamiert worden; nur wenige oder einige von ihren anerkannten Produkten rechnen gemeinhin zu den förderlichen Sozialisationsvehikeln. Dazu werden vor allem diejenigen erklärt, die in Lernkontexten eingesetzt werden oder pädagogische Prädikate verdienen. Solche lassen sich bei allen Medien finden. Meist sind sie indes nicht die Nutzungsfavoriten und Idole von Kindern und Jugendlichen, weshalb solche Wertungsdiskrepanzen immer wieder zu pädagogischen Herausforderungen oder gar Anklagen avancieren. In der anhaltenden Medienkonkurrenz erfährt mittlerweile die Lesesozialisation, als Sozialisation zur kompetenten Lesefähigkeit wie zur habituellen Lektüreneigung, generell eine positive Wertung, die nicht zuletzt von den Prädikatisierungen der Literatur überspringt (Groeben/Hurrelmann 2002; 2004).

All die aufgeführten Aspekte und Dimensionen lassen den Forschungs- und Erkenntnisbereich Sozialisation als vielversprechend und ergiebig erscheinen, und zwar sowohl für die Sozialisations- als auch die Medienforschung. Dabei ist es unerheblich, ob man (zunächst) eine engere Perspektive der Mediensozialisation wählt oder von weiterer Sicht aus untersucht, welchen Anteil und welche Relevanz Medien im allgemeinen Sozialisationsprozess haben. Denn mit beiden Zugängen überwindet diese Perspektive allzu statische, isolierte und unilineare Annahmen (wie sie lange für die Medienwirkungsforschung vorherrschend waren); vielmehr muss sie zwangsweise dynamische, multifaktorielle und interaktionistische Ansätze verfolgen. Die lange präferierte und heute immer noch vielfach insgeheim verfolgten Medienzentrierung der Medienwirkungsforschung überwindet die (Medien)Sozialisationsforschung durch ihre entschiedene Subjektorientierung, allerdings eines gesellschaftlichen und damit ganzheitlich angesehenen Subjekts. Daher ist es für die allgemeine, vornehmlich soziologische Sozialisationsforschung dringend erforderlich, die medialen Dimensionen in ihre Modelle zu integrieren, damit ihre Theorie und vor allem auch Empirie endlich auf der Höhe der Zeit angesiedelt sind. Hier genügt es einfach nicht mehr, Medien als womöglich (im doppelten Sinne) lästige Zusätze zu behandeln, die sowohl die überkommenen theoretischen Modelle stören als auch methodisch nicht in gepflegte Kontinuitäten und Designs integriert werden können. Wieder einmal erweist sich der altbekannte Ruf nach Interdisziplinarität und Integration als überfällig und er rechtfertigt jedwede konstruktive Bemühung.

Mediensozialisationsforschung verfolgt dynamische, multifaktorielle und interaktionistische Ansätze

Literatur

- Ayaß, R./Bergmann, J.* (2006) (Hrsg.): *Qualitative Methoden der Medienforschung*. – Reinbek bei Hamburg
- Baacke, D.* (1989): *Sozialökologie und Kommunikationsforschung*. In: *Ders. und Kübler, H.-D.* (Hrsg.): *Qualitative Medienforschung. Konzepte und Erprobungen*. – Tübingen, S. 87-134.
- Baacke, D./Sander, U./Vollbrecht, R.* (1990): *Lebenswelten sind Medienwelten. Lebenswelten Jugendlicher*. – Opladen.
- Barthelmes, J./Sander, E.* (1997): *Medien in Familie und Peer-group. Vom Nutzen der Medien für 13- und 14jährige. Medienerfahrungen von Jugendlichen*. – München.
- Barthelmes, J./Sander, E.* (2001): *Erst die Freunde, dann die Medien. Medien als Begleiter in Pubertät und Adoleszenz. Medienerfahrungen von Jugendlichen*. – München.
- Bonfadelli, H.* (1981): *Die Sozialisationsperspektive in der Massenkommunikationsforschung. Neue Ansätze, Methoden und Resultate zur Stellung der Massenmedien im Leben der Kinder und Jugendlichen*. – Berlin.
- Bourdieu, P.* (1982): *Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft*. – Frankfurt/M.
- Bronfenbrenner, U.* (1976): *Ökologische Sozialisationsforschung*. – Stuttgart.
- Bundesministerium für Jugend, Familie und Gesundheit (Hrsg.) (1975): *Zweiter Familienbericht (1975): Familie und Sozialisation. Leistungen und Leistungsgrenzen der Familie hinsichtlich des Erziehungs- und Bildungsprozesses der jungen Generation*. – Bonn.
- Charlton, M./Neumann-Braun, K.* (1986): *Medienkonsum und Lebensbewältigung in der Familie. Methode und Ergebnisse der stukturanalytischen Rezeptionsforschung – mit fünf Falldarstellungen*. – München.
- Charlton, M./Neumann-Braun, K.* (1992): *Medienkindheit – Medienjugend. Eine Einführung in die aktuelle kommunikationswissenschaftliche Forschung*. – München.
- Ebersbach, A./Glaser, M./Heigl, R.* (2008): *Social Web*. – Konstanz.
- Ecarius, J./Fuchs, T./Wahl, K.* (2008): *Der historische Wandel von Sozialisationskontexten*. In: *Hurrelmann, K./Grundmann, M./Walper, S.* (Hrsg.): *Handbuch Sozialisationsforschung*. – Weinheim, S. 104-116.
- Feierabend, S./Klinger, W.* (2007): *Kinder und Medien. Ergebnisse der KIM-Studie 2006. Der Medienumgang Sechs- bis 13-jähriger nach Sinus-Milieus*. In: *Media Perspektiven* 10/2007, S. 492-505.
- Frey-Vor, G./Schumacher, G.* (2006): *Kinder und Medien 2003/2004. Eine Studie der ARD/ZDF-Medienkommission*. – Baden-Baden.
- Frey-Vor, G./Siegert, G./Stiehler, H.-J.* (2008): *Mediaforschung*. – Konstanz.
- Fritz, K./Sting, S./Vollbrecht, R.* (Hrsg.) (2003): *Mediensozialisation. Pädagogische Perspektiven des Aufwachsens in Medienwelten*. – Opladen.
- Fromme, J. u.a.* (Hrsg.) (1999): *Selbstsozialisation, Kinderkultur und Mediennutzung*. – Opladen.
- Garz, D./Ackermann, F.* (2006): *Objektive Hermeneutik*. In: *Ayaß, R./Bergmann, J.* (Hrsg.): *Qualitative Methoden in der Medienforschung*. – Reinbek, S.324-349.
- Groeben, N./Hurrelmann, B.* (2002) (Hrsg.): *Medienkompetenz. Voraussetzungen, Dimensionen, Funktionen*. – Weinheim.
- Groeben, N./Hurrelmann, B.* (2004) (Hrsg.): *Lesesozialisation in der Mediengesellschaft. Ein Forschungsüberblick*. – Weinheim.
- Hall, S.* (1999): *Kodieren/Dekodieren*. In: *Bromley, R u.a.* (Hrsg.): *Cultural Studies. Grundlagentexte zur Einführung*. – Lüneburg, S. 92-110.
- Havighurst, R. J.* (1982): *Development tasks and education (first ed. 1948)*. – New York.
- Hepp, A.* (2004): *Cultural Studies und Medienanalyse. Eine Einführung*. – Wiesbaden.
- Hepp, A.* (2005): *Kommunikative Aneignung*. In: *Mikos, L./ Wegener, C.* (Hrsg.): *Handbuch qualitative Medienforschung*. – Konstanz, S. 67-79.
- Hoffmann, D.* (2007): *Plädoyer für eine integrative Mediensozialisationstheorie*. In: *Hoffmann, D./Mikos, L.* (Hrsg.): *Mediensozialisationstheorien. Neue Modelle und Ansätze in der Diskussion*. – Wiesbaden, S. 11-22.

- Hoffmann, D./Mikos, L.* (Hrsg.) (2007): Mediensozialisationstheorien. Neue Modelle und Ansätze in der Diskussion. – Wiesbaden.
- Hoppe-Graff, S./Kim, H.-O.* (2002): Die Bedeutung der Medien für die Entwicklung von Kindern und Jugendlichen. In: *Oerter, R./Montada, L.* (Hrsg.): Entwicklungspsychologie. – Weinheim, S. 907-922.
- Hurrelmann, K.* (1983): Das Modell des produktiv realitätsverarbeitenden Subjekts in der Sozialisationsforschung. In: Zeitschrift für Sozialisationsforschung und Erziehungssoziologie, H. 3, S. 91-103.
- Hurrelmann, K.* (2002; 2006): Einführung in die Sozialisationstheorie. Über den Zusammenhang von Sozialstruktur und Persönlichkeit. – Weinheim u.a.
- Hurrelmann, K./Ulich, D.* (1980): Handbuch der Sozialisationsforschung. – Weinheim und Basel
- Hurrelmann, K./Ulich, D.* (1991; 1998): Neues Handbuch der Sozialisationsforschung. – Weinheim und Basel.
- Hurrelmann, K./Grundmann, M./Walper, S.* (Hrsg.) (2008): Handbuch Sozialisationsforschung. – Weinheim u.a.
- Hurrelmann, K./Grundmann, M./Walper, S.* (2008a): Zum Stand der Sozialisationsforschung. In: Dies. (Hrsg.): a.a.O. – Weinheim u.a., S. 14-31.
- Klaus, E.* (Hrsg.) (2005): Kommunikationswissenschaftliche Geschlechterforschung: Zur Bedeutung der Frauen in den Massenmedien und im Journalismus. – Hamburg u.a.
- Klinger, W/Turecek, I.* (2008): Mediennutzung im Zeitvergleich. In: *Melischek, G./Seethaler, J./Wilke, J.* (Hrsg.): Medien & Kommunikationsforschung im Vergleich. Grundlagen, Gegenstandsbereiche, Verfahrensweisen. – Wiesbaden, S. 341-358.
- Krotz, F.* (2007): Mediatisierung. Fallstudien zum Wandel von Kommunikation. – Wiesbaden.
- Krüger, H.-H./Grunert, C.* (Hrsg.) (2002): Handbuch Kindheits- und Jugendforschung. – Opladen.
- Kübler, H.-D.* (1980): Kinder und Fernsehen. Ein Literaturbericht. In: Kreuzer, H. (Hrsg.): Fernsehforschung und Fernsehkritik. Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik (LiLi), Beiheft 11. – Göttingen, S. 136-204.
- Kübler, H.-D.* (1997): „Medienkindheit“ und Mediensozialisation. In: medien praktisch 21. Jg., H. 84, S. 9-11.
- Kübler, H.-D.* (1998): Mediengenerationen oder Medien für „Generationen“. In: medien praktisch, 22. Jg., H. 86, S. 10-16.
- Lukesch, H.* (1994): Sozialisation durch Massenmedien. In: *Schneewind, K. A.* (Hrsg.): Psychologie der Erziehung und Sozialisation. Enzyklopädie der Psychologie, Themenbereich D, Serie 1, Pädagogische Psychologie 1. – Göttingen, S. 553-582.
- Lukesch, H.* (2008): Sozialisation durch Massenmedien. In: *Hurrelmann, K. Grundmann, M./Walper, S.* (Hrsg.): a.a.O. – Weinheim u.a., S. 384-397.
- Maier, T.* (2007): Gender und Fernsehen. Perspektiven einer kritischen Medienwissenschaft. – Bielefeld.
- Mikos, L./Wegener, C.* (2005) (Hrsg.): Qualitative Medienforschung. Ein Handbuch. – Konstanz.
- Mikos, L./Hoffmann, D./Winter, R.* (Hrsg.) (2007): Mediennutzung, Identität und Identifikationen. Die Sozialisationsrelevanz der Medien im Selbstfindungsprozess von Jugendlichen. – Weinheim und München.
- Nauck, B./Bertram, H.* (Hrsg.) (1995): Kinder in Deutschland. Lebensverhältnisse von Kindern im Regionalvergleich. DJI: Familien-Survey 5. – Opladen.
- Neumann-Braun, K.* (2005): Strukturanalytische Rezeptionsforschung. In: *Mikos, L./Wegener, C.* (Hrsg.), a.a.O. – Konstanz, S. 58-66.
- Oerter, R./Montada, L.* (Hrsg.) (2002): Entwicklungspsychologie. – Weinheim u.a.
- Oerter, R./Montada, L.* (Hrsg.) (2008): Entwicklungspsychologie. 6., vollständig überarb. Aufl. – Weinheim u.a.
- Pfeiffer, C. u.a.* (2007): Die PISA-Verlierer – Opfer ihres Medienkonsums: eine Analyse auf der Basis verschiedener empirischer Untersuchungen. – Hannover.
- Quandt, T./Wimmer, J./Wolling, J.* (Hrsg.) (2008): Die Computerspieler. Studien zur Nutzung von Computergames. – Wiesbaden.

- Radde, M./Sander, U./Vollbrecht, R.* (Hrsg.) (1988): *Jugendzeit – Medienzeit. Daten. Tendenzen, Analysen für eine jugendorientierte Medienerziehung.* – Weinheim und München.
- Reitze, H./Ridder, C.-M.* (2006): *Massenkommunikation VII. Eine Langzeitstudie zur Mediennutzung und Medienbewertung 1964-2005.* – Baden-Baden.
- Rippl, S.* (2000): Politische Sozialisation. In: *Hurrelmann, K./Grundmann, M./Walper, S.* (Hrsg.): a.a.O. – Weinheim u.a., S. 443-458.
- Rittmeyer, C.* (2007): *Kindheit in Bedrängnis. Zwischen Kulturindustrie und technokratischer Bildungsreform.* – Stuttgart.
- Ronneberger, F.* (1971): *Sozialisation durch Massenkommunikation. Der Mensch als soziales und personales Wesen.* – Stuttgart.
- Sander, E.* (2001): *Common Culture und neues Generationenverhältnis. Die Medienerfahrungen jüngerer Jugendlicher und ihrer Eltern im empirischen Vergleich. Medienerfahrungen von Jugendlichen.* – München.
- Sander, E./Lange, A.* (2005): *Der medienbiographische Ansatz.* In: *Mikos, L./ Wegener, C.* (Hrsg.): a.a.O. – Konstanz, S. 115-129.
- Schorb, B./Mohn, E./Theunert, H.* (1991): *Sozialisation durch (Massen-)Medien.* In: *Hurrelmann, K./Ulich, D.*: *Neues Handbuch der Sozialisationsforschung.* – Weinheim und Basel, S. 493-508.
- Schweiger, W.* (2007): *Theorien der Mediennutzung. Eine Einführung.* – Wiesbaden.
- Shell Deutschland Holding (Hrsg.) (2006): *Jugend 2006. Eine pragmatische Generation unter Druck.* – Frankfurt/M.
- Six, U.* (2008): *Medien und Entwicklung.* In: *Oerter, R./Montada, L.* (Hrsg.): a.a.O. – Weinheim u.a., S. 885-909.
- Sozialisation durch Massenmedien. Themenheft der Zeitschrift „Publizistik“, 33 (1988), H. 2-3.*
- Spitzer, M.* (2005): *Vorsicht Bildschirm! Elektronische Medien, Gehirnentwicklung, Gesundheit und Gesellschaft.* – Stuttgart u.a.
- Süss, D.* (2004): *Mediensozialisation von Heranwachsenden. Dimensionen – Konstanten – Wandel.* – Wiesbaden.
- Treumann, K. P. u.a.* (2007): *Medienhandeln Jugendlicher. Mediennutzung und Medienkompetenz. Bielefelder Medienkompetenzmodell.*
- Winter, C./Thomas, T./Hepp, A.* (Hrsg.): *Medienidentitäten. Identität im Kontext von Globalisierung und Medienkultur.* – Köln.
- Winter, R.* (2005): *Cultural Studies.* In: *Mikos, L./Wegener, C.* (Hrsg.): a.a.O. – Konstanz, S. 50-57.
- World Vision Deutschland e.V. (Hrsg.): *Kinder in Deutschland 2007. 1. World Vision Kinderstudie.* – Frankfurt/M.
- Zinnecker, J.* (1996): *Soziologie der Kindheit oder Sozialisation des Kindes? Überlegungen zu einem aktuellen Paradigmenstreit.* In: *Honig, M.-S./Leu, H.-R./Nissen, U.* (Hrsg.): *Kinder und Kindheiten. Sozokulturelle Muster – sozialisationstheoretische Perspektiven.* – Weinheim und München, S. 31-54.
- Zinnecker, J./Barsch, A.* (2007): *Jugendgenerationen und Jugendszenen im Medienumbruch.* In: *Mikos, L./Hoffmann, D./Winter, R.*: a.a.O. – Weinheim und München, S. 279-297.
- Zinnecker, J./Silbereisen, R. K.* (1996): *Kindheit in Deutschland. Aktueller Survey über Kinder und ihre Eltern.* – München.
- Zurstiege, G.* (2007): *Werbeforschung.* – Konstanz.