

Handbuch der Erziehungswissenschaft

Im Auftrag der Görres-Gesellschaft zur Pflege der Wissenschaft
herausgegeben von

Gerhard Mertens, Ursula Frost, Winfried Böhm, Volker Ladenthin

Band III

Wissenschaftliche Redaktion:
Prof. Dr. Dr. Gerhard Mertens (Leitung),
Dr. Michael Obermaier, Dr. Wolfgang Krone

Hinweis

Das Handbuch erschien 2009 im Verlag Ferdinand Schöningh. Die Veröffentlichung des Beitrags von Horst Niesyto als Online-Dokument erfolgt mit Genehmigung des Verlags Ferdinand Schöningh. Der Text ist unter der Creative- Commons- Lizenz CC-BY-NC-ND 4.0 international verfügbar (vgl. <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.de>).

Bitte weisen Sie bei der Verwendung des Online-Dokuments auf das Gesamtwerk, die Herausgeber und den Verlag hin.

Band III/1

FAMILIE – KINDHEIT – JUGEND – GENDER

Bearbeitet von
Hildegard Macha und Monika Witzke

Band III/2

UMWELTEN

Sozialpädagogik / Medienpädagogik /
Interkulturelle und Vergleichende
Erziehungswissenschaft / Umweltpädagogik

Bearbeitet von
Norbert Meder, Cristina Allemann-Ghionda, Uwe Uhlendorff,
Gerhard Mertens

FERDINAND SCHÖNINGH
Paderborn · München · Wien · Zürich

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

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

Umschlaggestaltung: Anna Braungart, Tübingen

Gedruckt auf umweltfreundlichem, chlorfrei gebleichtem und alterungsbeständigen
Papier ∞ ISO 9706

© 2009 Ferdinand Schöningh, Paderborn
(Verlag Ferdinand Schöningh GmbH & Co. KG, Jühenplatz 1, D-33098 Paderborn)

Internet: www.schoeningh.de

Alle Rechte vorbehalten. Dieses Werk sowie einzelne Teile sind urheberrechtlich geschützt.
Jede Verwertung in anderen als den gesetzlich zugelassenen Fällen ist ohne vorherige schriftliche
Zustimmung des Verlages nicht zulässig.

Printed in Germany. Herstellung: Ferdinand Schöningh, Paderborn

ISBN 978-3-506-76550-5

Kapitel 5: Mediale Bildung und Sozialisation

HORST NIESYTO

B: Mediale Selbstsozialisation

Theorien zur medialen Selbstsozialisation (Fromme u.a. 1998; Müller u.a. 2002) beziehen sich auf die Annahme des „produktiv realitätsverarbeitenden Subjekts“ (Hurrelmann 1995), die die Eigenleistungen von Individuen im Sozialisationsprozess betont. „Als ‚Selbstsozialisierer‘ verstehen wir diejenigen, die ihre Mitgliedschaften selbst wählen und/oder gestalten. Der Begriff der Selbstsozialisation betont nach unserem Verständnis diese Eigenleistungen des Individuums im Sozialisationsprozess“ (Müller u.a. 2002, S. 14). Der Gedanke des „Mitgliedwerdens“ bezieht sich auf Prozesse der Zugehörigkeit zu der gewählten Jugendkultur bzw. der Abgrenzung von anderen Jugendkulturen und umfasst Sympathien für bestimmte Kulturen und Szenen, die Auswahl spezifischer Sozialisationskontakte, das Mitgliedwerden in selbstgewählten Kulturen sowie die damit verbundene Aneignung spezifischer Symbolwelten und medienkultureller Kompetenzen. In diesem Verständnis sind die teils zeitweilige Übernahme eines bestimmten Lebensstils sowie die Verarbeitung medialer Orientierungsmuster aus Musik, Filmen etc. wichtiger Bestandteil von Identitätskonstruktionen (ebd., S. 15).

Mediale Selbstsozialisation knüpft an allgemeine Theorien zur Selbstsozialisation (Zinnecker 2000) sowie an Theorien des Symbolischen Interaktionismus (Mead 1934) und der Cultural Studies (Winter/Mikos 2001) an. Zentrale Merkmale dieser Theorien und damit verbundener Studien sind die Untersuchung des Verhältnisses von Erfahrungen, medialen Texten und sozialen Kontexten. Die Analyse von sozialästhetischen Umgehensweisen mit (populären) Medien- und Kulturangeboten grenzt sich dabei von einem Medien- und Kulturverständnis ab, das auf einer Hierarchisierung kultureller Ausdrucksformen beruht, z.B. Hochkultur versus Populärkultur. In den vergangenen Jahren entstanden im Rahmen der Selbstsozialisationstheorie mehrere empirische Studien, z.B. zur musikalischen Selbstsozialisation (Müller u.a. 2002) oder zur Medienaneignung bei Film und Fernsehen (Mikos 1994; Winter 1995; Glogner 2002; siehe auch Hoffmann 2006; S. 17f.).

Die Frageperspektive des Selbstsozialisationsansatzes führte zu wichtigen Einsichten in das alltägliche Medienhandeln von Kindern und Jugendlichen und konnte insbesondere die Bedeutung *informeller* Lernprozesse für die mediale Kompetenzbildung belegen. Gleichzeitig rückte jedoch die Frageperspektive „Was machen die Medien mit den Menschen?“ immer mehr in den Hintergrund. Ohne in deterministische Positionen zurückzufallen, scheint es notwendig, auch danach zu fragen, was für inhaltliche und ästhetische (Struktur-)Muster Medien anbieten und wie diese Strukturmuster in den Prozess der Mediensozialisation einfließen. (→ Mediensozialisation / Medienbildung) Notwendig erscheinen differenzierende Sichtweisen, die sowohl die Perspektive eines aktiven, widerständigen Publikums als auch *problematische* mediale Inszenierungsstrategien und deren individuelle Verarbeitung be-

rücksichtigen. Zu problematischen medialen Inszenierungsstrategien gehören Formen der Personalisierung, Emotionalisierung und Dramatisierung (Bente/Fromm 1997), wie sie z.B. in vielen Talkshows, Daily Soaps, Reality-TV-Formaten, aber auch in Nachrichtensendungen und Sportberichterstattungen zum Ausdruck kommen. Gerade eine *soziologisch* motivierte Mediensozialisationsforschung sollte ihren Ausgang von einer Analyse der sich historisch entwickelnden und verändernden gesellschaftlich-medialen Angebotsstruktur nehmen und sozialisationsrelevante Einflüsse herausarbeiten. Das Postulat des ‚autonomen Subjekts‘ und die damit verbundenen Attribute wie Selbststeuerung, Selbstverortung, Wahlfreiheit, symbolische Kreativität sind im Sinne eines auf Emanzipation orientierten Persönlichkeits- und Gesellschaftsverständnisses als anthropologisch-normative Orientierung wichtig – sie sollten aber nicht mit der empirischen Wirklichkeit verwechselt werden. Gerade die *Überschätzung* der Möglichkeiten zu einem *medien-autonomen* Handeln scheint mir ein kritischer Punkt bei neueren Medienrezeptions- und Mediensozialisierungstheorien zu sein. Dies betrifft insbesondere die Überschätzung der „Distanzierungsmöglichkeiten des Subjekts“ (Bonfadelli 2004, S. 195).

Mediale Selbstsozialisation betont autonome Wahlentscheidungen in engem Zusammenhang mit dem gesellschaftlichen Prozess der Individualisierung, der von den Individuen in erheblichem Maße Eigenleistungen abverlangt. Müller u.a. (2002) weisen auch darauf hin, dass es eine wichtige Frage ist, „ob und wie individuelle Wahlentscheidungen, die musikalischen und medialen Aktivitäten und Präferenzen zugrunde liegen und sich in Lebensstilmustern niederschlagen, von sozialen Bedingungen wie Geschlecht, Alter, Ethnizität, sozialer Schichtzugehörigkeit beeinflusst werden“ (Müller u.a. 2002, 10). Damit wird generell die Bedeutung *struktureller* Faktoren angesprochen. Der Eindruck ist jedoch, dass in der Vergangenheit insbesondere die Erhebung und Analyse *lebenslagenbezogener Ressourcen*, die in sozialen Schichten und Milieus unterschiedlich vorhanden sind, zu wenig thematisiert wurde und nicht mit einem entsprechenden Gewicht in Forschungsdesigns Eingang fand. Dies betrifft im Übrigen nicht nur Ansätze zur Selbstsozialisation, sondern einen Großteil von jugendkulturtheoretisch inspirierten Medienstudien. Gerade aus medienpädagogischer Perspektive ist es wichtig, soziale und bildungsbezogene Ressourcen und Unterschiede stärker zu berücksichtigen, um Zusammenhänge zwischen Praktiken der Medienaneignung und bildungsbezogenen Voraussetzungen herausarbeiten und zielgruppenspezifische Konzepte für Medienbildung besser entwickeln zu können (→ *Medienpädagogik und soziale Benachteiligung*).

Medienkritikfähigkeit ist mit der Fähigkeit zu *reflexiver Distanz* verbunden. In den 1980er Jahren erfolgte in Zusammenhang mit dem Theorem der „para-sozialen Interaktion“ (Horton/Wohl 1956) zunächst eine Theoriebildung, die das *distanzierte Miterleben* des Zuschauers als „In-lusion“ bezeichnete und der „Il-lusion“ gegenüberstellte: „Der Zuschauer muß eine teilnehmende, zugleich aber auch distanzierte Doppelhaltung einnehmen“ (Charlton/Neumann 1986, S. 21). Diese „Über-Perspektivität“ umfasst die Fähigkeit, die in den Medien erlebten Handlungsmuster nachzuvollziehen, sich in sie hineinzusetzen (role-taking) und sie zu den jeweils eigenen Handlungsentwürfen in Beziehung zu setzen und für sich verfügbar zu machen (role-making). Es geht um das Gewinnen *neuer* Perspektiven für eigene Lebenssituationen und soziale Deutungsmuster, um Prozesse des reflexiven Vergleichens und

Neu-Interpretierens von Erfahrungsbeständen. Charlton und Neumann betonen, dass reflexive Distanz unverzichtbar voraussetzt, sein eigenes Handeln vom Standpunkt des anderen aus betrachten zu können: „Sozialität und Individualität durchdringen sich, Verbindungsglied ist der sozialkognitive Akt der Rollenübernahme, der seinerseits an das Symbolsystem Sprache gebunden ist. Sprache ermöglicht die Vergegenwärtigung des anderen und dessen vergangenem, gegenwärtigem und zukünftigem Handeln in Form von Vorstellungen, ohne die eine reflexive Intelligenz nicht denkbar wäre“ (Charlton/Neumann 1986, S. 34).

Zweifelsohne reicht es heute auf dem Hintergrund des medienkulturellen Wandels, insbesondere der enormen Zunahme medienästhetischer Angebotsformen, nicht mehr aus, allein auf sozial-kognitive Akte bei Prozessen der Rollenübernahme hinzuweisen – sozial-emotionale und sozial-ästhetische Dimensionen sind mindestens ebenso wichtig. Die Symbolsysteme der Wort- und Schriftsprache sind eng mit nonverbalen Symbolsystemen verknüpft, die gerade in Mediendarstellungen eine große Bedeutung haben. Symbolisches Probehandeln in Medienräumen ist nicht möglich, ohne das Verstehen diskursiver und präsentativer Ausdrucks- und Kommunikationsformen; medienästhetische Reflexivität lässt sich nicht auf Verbalisierungsfähigkeit reduzieren. Doch es gibt heute das Problem, dass die mediale ‚Aufmerksamkeitskultur‘ einseitig auf Personalisierung, Emotionalisierung und Dramatisierung setzt. Diskursive Sprachkulturen haben sich durch eine auf das Hier und Jetzt fixierte mediale Aufmerksamkeitserregung verändert; stereotype Handlungsmuster sowie idealisierende Konsum- und Leitbilder dominieren in diversen Medienformaten (u.a. Hinrichs 2006). Zu diesen Medienentwicklungen und damit verbundenen Aneignungsformen, z.B. Über-Identifikationen, Flucht in Medienwelten, liegen bislang kaum empirische Studien vor. Mit dem Ausklammern gesellschafts- und medienkritischer Analysen ist bei Ansätzen, die mediale Selbstsozialisationsprozesse akzentuieren, die Gefahr verbunden, sich affirmativ gegenüber problematischen Medienentwicklungen zu verhalten und eine selektive Sicht auf die vorhandenen Medienkompetenzen (→ Medienkompetenz) bei Kindern und Jugendlichen einzunehmen. Im Ergebnis mündet diese Haltung in eine Unterschätzung medienpädagogischer Aufgaben gerade im Bereich der Medienbildung mit Kindern und Jugendlichen aus sozial und bildungsmäßig benachteiligten Milieus.

Literatur

- Bente, G./Fromm, B. (Hrsg.) (1997): Affektfernsehen: Motive, Angebotsweisen, Wirkungen. Opladen.
- Bonfadelli, H. (2004): Medienwirkungsforschung I. Grundlagen. Konstanz.
- Charlton, M./Neumann, K. (1986): Medienkonsum und Lebensbewältigung in der Familie. Methode und Ergebnisse der strukturanalytischen Rezeptionsforschung – mit fünf Falldarstellungen. München.
- Fromme, J./Kommer, S./Mansel, J. (Hrsg.) (1998): Selbstsozialisation, Kinderkultur und Mediennutzung. Opladen.
- Glogner, P. (2002): Sozial-ästhetische Umgehensweisen mit Filmen. Ausgewählte Ergebnisse einer empirischen Untersuchung von Kinobesuchern. In: Heinrichs, W./Klein, A.

- (Hrsg.): Deutsches Jahrbuch für Kulturmanagement 2001. Band 5. Baden-Baden, S. 91-111.
- Hinrichs, B. (2006): TV-Formate zwischen Standardisierung und Diversifizierung. In: Niesyto, H./Rath, M./Sowa, H. (Hrsg.): Medienkritik heute. Grundlagen, Beispiele und Praxisfelder. München, S. 197-210.
- Hoffmann, D. (2006): Die Mediennutzung von Jugendlichen im Visier der sozialwissenschaftlichen Forschung. In: medien + erziehung, 50. Jg., H. 4, S. 15-21.
- Horton, D./Wohl, R. (1956): Mass Communication and Para-Social Interaction. In: Psychiatrie 19:3, S. 215-229.
- Hurrelmann, K. (1995): Einführung in die Sozialisationstheorie. Über den Zusammenhang von Sozialstruktur und Persönlichkeit. Weinheim/Basel.
- Mikos, L. (1994): Fernsehen im Erleben der Zuschauer. München.
- Müller, R./Glogner, P./Rhein, S./Heim, J. (Hrsg.) (2002): Wozu Jugendliche Musik und Medien gebrauchen. Jugendliche Identität und musikalische und mediale Geschmacksbildung. Weinheim und München.
- Winter, R. (1995): Der produktive Zuschauer. Medienaneignung als kultureller und ästhetischer Prozess. München.
- Winter, R./Mikos, L. (Hrsg.) (2001): Die Fabrikation des Populären. Der John-Fiske-Reader. Bielefeld.
- Zinnecker, J. (2000): Selbstsozialisation – Essay über ein aktuelles Konzept. In: Zeitschrift für Soziologie der Erziehung und Sozialisation, Jg. 20, H. 3, S. 272-290.