

**Lothar Mikos, Dagmar Hoffmann, Rainer Winter (Hg.):  
Mediennutzung, Identität und Identifikationen.  
Die Sozialisationsrelevanz der Medien im Selbstfindungsprozess von  
Jugendlichen**

Weinheim, München: Juventa 2007, 304 S., ISBN 978-3-7799-1744-1,  
€ 25,50

Die derzeit absolut zentrale Frage nach Möglichkeiten und Risiken medialer  
Technologien für uns im Allgemeinen und für Jugendliche und Kinder im Beson-

deren steht im Mittelpunkt dieses Sammelbands, der vom Fernsehwissenschaftler Lothar Mikos (Hochschule für Film und Fernsehen Potsdam-Babelsberg), der Jugendsoziologin Dagmar Hoffmann (Kunsthochschule Berlin) und dem Medienkultursoziologen Rainer Winter (Universität Klagenfurt) herausgegeben wird. Den Herausgebern ist gemein, dass sie in ihren Forschungen vermehrt um medienalltagskulturelle Phänomene kreisen und dabei die Zielgruppe der Jugendlichen berücksichtigen. Insbesondere Mikos und Winter sind durch ihre intensiven Aufarbeitungen der angloamerikanischen Cultural Studies im deutschsprachigen Raum und ihre Film- und Fernsehanalysen bekannt geworden. So verwundert es kaum, dass Mikos, Winter und Hoffmann dazu eine Tagung veranstaltet haben, die auch in der Einleitung erwähnt wird. Wo diese unter welchem Motto wann statt fand, erfährt der Lesende leider nicht. Unterstützt wurde sie jedenfalls von der Deutschen Gesellschaft für Soziologie (DGS) und der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF).

Der Band gliedert sich neben der Einleitung in sieben Unterkapitel: Identitätskonstruktionen über verschiedene Medien(genres), Medien und Sozialisation, Musik-Sport-Selbstpräsentationen, Interaktive und expressive Medien, Migration und globale Medien, Methoden und letztlich einen Epilog. Wenn diese Gruppen auch nicht trennscharf erscheinen, so decken sie immerhin einen Großteil der aktuellen Diskussionen um Sozialisation von Kindern und Jugendlichen durch Medien ab. Da werden jugendliche Mobiltelefon-Nutzer quantitativ analysiert und eine Heuristik der Aneignung des Mobiltelefons geliefert (Thilo v. Pape, Veronika Karnowski, Werner Wirth) ebenso wie Möglichkeiten und Gefahren der Selbstpräsentation in Casting Shows im Fernsehen kritisch beleuchtet (Tanja Thomas). Da wird Lara Croft als Rollenmodell für Action-Heldinnen und Frauen zwischen Körper und Avatar analysiert (Elisa Giomi), ebenso wie Musiker und Moderatoren als Stars des Musikfernsehens und Vorbilder anhand von qualitativen Interviews ausgewertet (Martina Schuegraf) oder Identitätskonstruktionen in der Jugendkultur ‚Hardcore‘ über Musik, Mode, Medien und allgemein Stil identifiziert werden (Renate Müller, Marc Calmbach, Stefanie Rhein, Patrick Glogner). Besonders bemerkenswert sind die beiden Beiträge am Ende des Bandes, die diesen noch einmal weg von den Fallbeispielen etwas deutlicher erden. David Gauntlett erläutert seine visuelle Methodologie: die qualitative Methode von Publikumsforschung anhand der Fabrikation medialer oder künstlicher Artefakte wie Videos oder Collagen. Und Jürgen Zinnecker und Achim Barsch diskutieren grundlegende Konzepte der Jugendkultur(medien)forschung zwischen Ronald Hitzlers oftmals unkritisch goutierter Szene und den teilweise verjährten Stil- und Bricolage-Analysen der britischen (Sub-)Cultural Studies.

Der Band ist also eine Fundgrube für Suchende nach den theoretischen und empirischen Zusammenhängen zwischen Medien, Alltag, Sozialisation, Identität und Jugend/Kindheit. Seine Vielfalt ist gleichzeitig Stärke wie Schwäche. Stärke, weil die Beitragenden aus unterschiedlichen Disziplinen und Perspektiven Mediensoziologie und -pädagogik gewissermaßen über Fallbeispiele ‚upzudaten‘

helfen. Eine Schwäche ist dies, weil die Beispiele medienkulturell mittlerweile teilweise überholt erscheinen, wofür man den Autoren keinerlei Vorwurf machen kann. Längst haben sich etwa das Musikfernsehen und die Casting Shows (reflexiv) weiter entwickelt. Dennoch belegen die Beiträge, was die Herausgeber in der Einleitung konstatieren: „Gerade Medien versorgen uns mit symbolischen Ressourcen, Identifikationen und Geschichten, die die Basis für unser reflexives Projekt der Ich-Identität sind. Deshalb entwickeln wir eine Lust auf Medien, die für unsere Identitätsbildung essentiell sind.“ (S.13) Etwas bedauerlich, dass nur so zaghaft auch kritisch und deutlich durchdrungen wird, dass diese Lust aus oftmals klaren marktwirtschaftlichen Gründen erzeugt wird, wo sie zuvor nicht vorhanden war, wenn z.B. Tanja Thomas die Casting Shows als neoliberale Disziplinierungsanstalt für den kommenden Konsumenten im Sinne der Gouvernamentalität von Michel Foucault und Ulrich Bröckling diskutiert. Hier gilt es, noch eine Menge dieser Verantwortungsverschiebungen in unsere Selbst(e) (z. B. in Medien, Universität und Konsum) genauer zu beleuchten, nicht nur bei Kindern und Jugendlichen. Ebenso wäre es m. E. ergiebig, sich Medienverweigerer anzuschauen, um „Leben und Aufwachsen jenseits der Medien“ (S.7) zu untersuchen, wie dies für das Fernsehen Peter Sicking (vgl. „Leben ohne Fernsehen.“ In: *Hinlenkung durch Ablenkung. Medienkultur und die Attraktivität des Verborgenen* [Münster 2003]) oder für das Internet Simone Kimpeler (vgl. „Internet im Alltag – On- und Offliner.“ In: ebd.) an anderer Stelle getan haben, um etwas über Mediengebrauch zu lernen, anstatt in der Einleitung den Eindruck zu erwecken, dass es eine Flucht aus dem medialisierten Alltag nicht gebe. Dennoch gibt der Sammelband in Teilen einen guten, ersten Überblick und Einstieg in die zentrale Frage der Ohnmacht oder Allmacht junger Medienrezipienten.

Christoph Jacke (Münster)