

Lothar Mikos

# Aufwachsen in mediatisierten Lebenswelten

## Medien – Identität – Identifikationen

Ein Leben ohne elektronische Medien ist Mitte des ersten Jahrzehnts des 21. Jahrhunderts kaum noch möglich, selbst wenn es eine wachsende Zahl von Menschen gibt, die offenbar ohne Fernsehen leben. Die nutzen dann andere Medien wie Bücher und Zeitungen, Radio und Handy. Denn wir leben in einer Gesellschaft, in der Menschen, die nicht kommunizieren, vom sozialen und kulturellen Leben ausgeschlossen sind. Zur Kommunikation werden allerlei Medien benutzt, die damit eine sozial integrative Funktion haben. Kinder und Jugendliche wachsen in dieser von Medien durchdrungenen Welt auf. Sie müssen lernen, mit Medien umzugehen und sie für ihre Zwecke zu nutzen – Letzteres kann auch heißen, bewusst auf sie zu verzichten. Medien sind zu einer Sozialisationsinstanz geworden, mit und in ihnen handeln Kinder und Jugendliche ihre Identität aus. Bereits vor 15 Jahren haben die Bielefelder Erziehungswissenschaftler und Medienpädagogen Dieter Baacke, Uwe Sander und Ralf Vollbrecht festgestellt, dass Lebenswelten Medienwelten sind und demzufolge Lebensgeschichten auch Mediengeschichte (Baacke/Sander/Vollbrecht 1990a, 1990b). Das, was wir sind und wie wir leben, ist entscheidend von Medien

mitgeprägt – nicht nur, aber auch – oder wie es der amerikanische Soziologe Manuel Castells (2001, S. 382) ausgedrückt hat: „Wir leben mit den Medien und durch die Medien.“ Es gibt kein Leben und kein Aufwachsen jenseits der Medien.

### Mediatisierter Alltag

Dennoch ist es keineswegs so, dass Medien den Alltag der Menschen determinieren (vgl. Denzin 1992, S. 146), sondern die Menschen handeln in ihrem Alltag mit Medien (vgl. Mikos 2004a, S. 26 ff.). Das hat zu einer wechselseitigen Durchdringung von Medien und Alltag geführt (vgl. Bachmair 1996, S. 11 ff.). Besonders die audiovisuellen Medien Film und Fernsehen auf ihren unterschiedlichen technischen Verbreitungswegen spielen dabei eine nicht unerhebliche Rolle. So hat der Erfurter Kommunikationswissenschaftler Friedrich Krotz (2001, S. 29) festgestellt, „dass sich die audiovisuellen Medien dem Alltag der Menschen annähern, und zwar auf viele Weisen. Sie stiften neue Beziehungen und offerieren Sinnzusammenhänge, setzen alte Handlungsregeln außer Kraft, stellen neue Bedingungen für Alltag her

und beziehen immer mehr Alltagspraktiken auf Medien oder mediale Operationen.“ Im Informationszeitalter sind die Medien „ein Ausdruck unserer Kultur, und unsere Kultur funktioniert in erster Linie durch die von den Medien zur Verfügung gestellten Materialien“ (Castells 2001, S. 385). Informationen, die wir aus dem Fernsehen bekommen, werden für unseren Alltag relevant, beeinflussen unsere Einstellungen und Werte, liefern uns Rollenmodelle, lassen uns lachen oder weinen, fördern die Kommunikation mit Partnern, Kindern, Freunden und Bekannten, regen uns zu Aktivitäten an, bereichern unser Wissen und machen uns klar, wo unsere Position in der Gesellschaft ist. Das passiert alles nur teilweise bewusst, sondern vor allem vor- und unbewusst. Oft wissen wir nicht mehr, woher wir bestimmte Informationen haben, wie unsere Haltungen und Werte zustande gekommen sind. Wir erinnern uns zwar möglicherweise daran, dass wir Goethes *Faust* in der Schule und die Bibel im Konfirmationsunterricht gelesen haben, woher wir aber wissen, dass Alkoholismus ein gesellschaftliches Problem ist und wir meinen, dass man etwas dagegen tun müsse, lässt sich nicht so leicht rekonstruieren. Haben wir darüber in

einer Zeitung gelesen, einen Bericht in einem politischen Magazin des Fernsehens gesehen, bei einem Film mit einem Alkoholiker als Antihelden im Kino mitgelitten oder haben es uns Freunde erzählt? Vor allem die audiovisuellen Medien sind es, die uns helfen, „die Welt zu deuten und Sinnperspektiven zu entwickeln“ (Bachmair 1996, S. 19).

Die Auseinandersetzung mit dem symbolischen Material, das uns die Medien bereitstellen, findet im sozialen Leben statt. Erst in der Kommunikation mit anderen Personen handeln wir aus, welche Bedeutung eine Fernsehensendung für uns hat. In Bezug auf die Gespräche in Familien hat die Soziologin Angela Keppler in einer empirischen Studie festgestellt, dass Familien in Diskussionen über das Fernsehen ihren „privaten Horizont für den Horizont der weiteren Welt zumindest ihres größeren Kulturkreises“ erweitern. Auf der Basis des eigenen Selbstverständnisses werden die Themen aus dem Fernsehen aufgegriffen, die Familien leisten eine „individuelle Aneignung überindividueller Wissensbestände und Orientierungsformen“ (Keppler 1994, S. 263). Im Gespräch über das Fernsehen wird die eigene

milien und Peergroups insgesamt zu *sozialem Lernen* bei und fördert somit vor allem die pädagogische Zielsetzung der *Empathie* und *Frustrationstoleranz*: Miteinander reden und streiten; gegenseitig Toleranz zeigen; Kompromisse finden; auf den anderen Rücksicht nehmen; nachgeben können u. Ä.“ (Barthelmes/Sander 1997, S. 327, H. i. O.).

Während Kinder hier noch mehr auf das Gespräch mit Eltern und Großeltern vertrauen, setzen sich Jugendliche aufgrund der Ablösung vom Elternhaus stärker mit den gleichaltrigen Peers auseinander. Diese Gemeinschaft basiert u. a. auf gemeinsamen ästhetischen Erlebnissen aus dem Umfeld der audiovisuellen Medien (vgl. ebd., S. 326). Die Jugendlichen teilen nicht nur einen gemeinsamen Geschmack, sondern auch „gemeinsame Bedeutungen, Praktiken und Verpflichtungen“ (Lash 1996, S. 273). Diese Vermischung von medialer und sozialer Kommunikation, die für moderne Lebenswelten typisch ist, führt dazu, dass die Bedeutung von Medien für die Identitätsbildung wächst. Der Kulturwissenschaftler Douglas Kellner (1995, S. 237) geht daher davon aus, dass dem „Fernsehen und anderen Formen der Me-

nen) und Schule (für die Älteren) noch die Medien, vor allem klassische Kindermedien und das Fernsehen; für Jugendliche sind dies neben Familie und Schule sowie der Arbeit (für die Berufstätigen) ebenfalls die Medien und die Gruppe der Gleichaltrigen. In der Sozialisation vermischen sich mediale und soziale Aspekte. Medien üben für Kinder und Jugendliche eine gewisse „Attraktion und Faszination“ aus (Hoffmann 2002). Ihre Faszination beruht u. a. darauf, dass sie sehr unterschiedliche Bedürfnisse befriedigen und unterschiedlichen Zwecken dienen können, von der Information und Unterhaltung über die Regulierung von Stimmungen und die Meinungsbildung bis hin zu „Modell-Lösungen für persönliche und entwicklungsbezogene Themen“ (Vollbrecht 2003, S. 14 f.). Die Medien spielen vor allem bei der Ablösung vom Elternhaus eine Rolle – das mag auch ein Grund sein, warum die Rolle und Bedeutung der Medien für die Kinder und Jugendlichen von den Erwachsenen so häufig kritisiert wird: Letztere sehen sich in ihrer Autorität bedroht. „Jüngere Jugendliche nutzen Medienumgebungen relativ unspezifisch und entwickeln erst mit 15/16 Jahren deutliche Vor-

Die Jury der dritten Staffel von *Deutschland sucht den Superstar* (DSDS): Dieter Bohlen, Sylvia Kollek und Heinz Henn



Position ausgehandelt und dem eigenen Leben eine weitere Sinnperspektive hinzugefügt.

Diese Auseinandersetzung mit Medienthemen spielt bereits bei Kindern und Jugendlichen eine große Rolle. Sie positionieren sich aber nicht nur im Gespräch mit Eltern und Geschwistern, sondern vor allem auch mit Gleichaltrigen. In diesen sogenannten Peergroups werden Normen und Werte, Einstellungen und Rollenbilder ausgehandelt. Die Medien geben Anregungen, deren Bedeutung für die Kinder und Jugendlichen erst in der Kommunikation mit anderen entsteht. „Der Umgang mit Medien sowie das Reden über Medien trägt in Fa-

dienkultur eine Schlüsselrolle bei der Strukturierung zeitgenössischer Identität“ zukomme. Medien spielen so zunehmend eine bedeutende Rolle in der Sozialisation von Kindern und Jugendlichen.

### Medien als Sozialisationsinstanz

In der Sozialisationstheorie wird mittlerweile davon ausgegangen, dass für Kinder und Jugendliche spezifische Sozialisationsinstanzen relevant sind (vgl. Hoffmann 2002, S. 49 ff.; Mikos 2004b). Für Kinder sind dies neben Elternhaus und Kindergarten bzw. -hort (für die Klei-

lieben und Präferenzen. In diesem *Drehpunktalter* tritt die Bedeutung der Familie (auch) hinsichtlich der Mediennutzung in den Hintergrund, während die Gleichaltrigen die Meinungsführerschaft übernehmen“ (Baacke/Sander/Vollbrecht 1990a, S. 249, H. i. O.). Inzwischen tritt diese Entwicklung schon etwas früher ein, da z. T. selbst 10-Jährige bereits in relativ stabilen Gruppen eingebunden sind. Medien regen zu den Themen an, mit denen sich die Peergroups befassen (vgl. Barthelmes/Sander 2001, S. 274 ff.). Im Mittelpunkt der Peerkommunikation (vgl. Schmidt 2004, S. 227 ff.) stehen jedoch die sozialen Erfahrungen der Alltags- und Lebenswelt.



Die stärkere Zuwendung zu den Medien geht mit einer größeren Bedeutung der Peer-group einher. Das hat u. a. auch damit zu tun, dass sowohl die Medien als auch die Freunde es ermöglichen, sich mit den Entwicklungsthemen auseinander zu setzen, die mit Gefühlen wie Scham und Peinlichkeit (z. B. Sexualität) oder mit mehr oder weniger illegalen Praktiken (z. B. Drogenkonsum) verbunden sein können. Die Rolle der Gleichaltrigen wächst dabei, weil sie eine „Art Solidargemeinschaft“ bilden, „in der relativ ungehemmt und ungezwungen z. B. über biologisch bedingte Reifungsprozesse, über Ablösungsschwierigkeiten von den Eltern, über Identitätsfindung und Selbstdarstellungen gesprochen und verhandelt werden kann“ (Hoffmann 2002, S. 56). Die Freundinnen und Freunde können dabei helfen, dass eigene Leben und die eigenen Lebensentwürfe kritisch zu hinterfragen – und die Medien stellen eine Vielzahl von Lebensmodellen vor, deren Relevanz in der Gruppe diskutiert werden kann.

Das trifft insbesondere auf die Darstellung von Sexualität zu (vgl. die Beiträge in dieser Ausgabe von Bragg/Buckingham [S. 26 ff.] und Hoffmann u. a. [S. 34 ff.]) zu. Die Auseinandersetzung mit der eigenen Sexualität ist für die Kinder und Jugendlichen in der eigenen Familie zwar nicht unbedingt mit Tabus behaftet, stößt aber auf Hindernisse. Während sich vor allem Mütter nach Ansicht der Mädchen bei ihnen „stark einmischen“, wird die Sexualität der Jungen kaum thematisiert, es herrscht Sprachlosigkeit vor (vgl. Klein 2003, S. 60). In dieser Situation regen Sexualitätsdarstellungen in den Medien zur Kommunikation mit Freundinnen und Freunden an. In einer Studie zur Bedeutung medialer Angebote für die sexuelle Aufklärung stellt die Erziehungswissenschaftlerin Alexandra Klein entsprechend fest: „Jungen (und Mädchen) suchen und schaffen sich niedrigschwellige Vergewisserungsmöglichkeiten, um über strategische Zwischenschritte der Beobachtung, der medialen Information und intimen (im Sinne von vertrauten) Freundschaftsbeziehungen sexuelle Orientierung und Selbstvertrauen zu erwerben“ (ebd., S. 61). Film und Fernsehen sind in diesem Zusammenhang bedeutsam, weil sie geschlechtsspezifisches Rollenhandeln vorführen, und sei es im Kontext von Teenie-Komödien wie *American Pie* oder Serien wie *Schulmädchen*. Das Internet spielt eine Rolle, weil Kinder und Jugendliche hier relativ anonym Informationen erhalten können,



*American Pie, Schulmädchen*

ohne auf kommunikative Hindernisse zu treffen. Sie können in diesem „geschützten Raum aktiv und kreativ sexuelles Wissen“ erwerben (ebd.). Medien spielen so eine wichtige Rolle bei der Ausbildung der Geschlechtsidentität (vgl. auch Gauntlett 2002), und nicht nur da.

### Identitätsbildung mit Medien

Seit der Durchsetzung des Fernsehens als alltägliches Massenmedium in der zweiten Hälfte des vorigen Jahrhunderts spielen die audiovisuellen Medien eine wesentliche Rolle bei der Identitätsbildung (vgl. Kellner 1995; Mikos 1999 sowie die Beiträge in Winter/Thomas/Hepp 2003). Sie haben sich als Sozialisationsinstanz etabliert – zumal gerade der Zugang zu Informations- und Kommunikationsstrukturen inzwischen über die Position und die Perspektiven in der Gesellschaft entscheidet (vgl. Lash 1996, S. 212). Das eigene Selbstbild und -verständnis sowie Lebensperspektiven werden mit Hilfe des symbolischen Materials der Medien gebildet. Die vielfältigen Lebensformen, Ideen, Werte und Rollenbilder, die in den Medien thematisiert werden, dienen als Ressource für die eigene Identitätsbildung (vgl. Gauntlett 2002, S. 256; Krotz 2003). Das kann zur Festigung eigener Vorstellungen führen, kann aber auch das eigene Selbstbild in Frage stellen. Im Gespräch mit den Freundinnen und Freunden wird dann entschieden, ob neue Wege ausprobiert werden oder ob man doch bei den alten Mustern der eigenen Lebensführung bleibt. In diesem Sinn sind insbesondere Medienhelden für Kinder und Jugendliche von Bedeutung (vgl. auch Paus-Haase 1998). Sie dienen als Rollenmodell, an denen die kindlichen und jugendlichen Mediennutzer eigene Rollenvorstellungen erproben können. So müssen Mädchen sich nicht unbedingt wie Actionheldinnen prügeln, um von Figuren wie Lara Croft zu mehr Unabhängigkeit und Stärke ermutigt zu werden (vgl. Gauntlett 2002, S. 216). Denn es geht nicht darum, dass die Mädchen Lara Croft in ihrem Alltag kopieren, sondern dass sie sie als Rollenmodell akzeptieren (vgl. auch den Beitrag in dieser Ausgabe von Giomi [S. 44 ff.]) und sich im Kreis der Gleichaltrigen mit den damit verbundenen Werten, Einstellungen und Selbstbildern auseinander setzen.

Identitätsbildung findet aber nicht im gesellschaftsfreien Raum statt. Vielmehr ist sie in den Prozess der gesellschaftlichen Selbstver-

ständigkeit eingebunden. Es geht also nicht nur um die individuellen Identitäten von Kindern und Jugendlichen, sondern auch um deren Verortung in der gesellschaftlichen Formation. Medien tragen ganz wesentlich zur Verständigung über die in der Gesellschaft geltenden Normen und Werte bei. Die Medienwissenschaftlerin Tanja Thomas (2003) hat am Beispiel von Talkshows im deutschen Fernsehen gezeigt, welche Bedeutung hier Konstruktionen von nationaler Identität haben. Zuschauer werden über die verhandelten Themen und die Art und Weise des Gesprächs in den gesellschaftlichen Konsens eingebunden (vgl. Mikos 2002, S. 77 ff.). In Castingshows wie *Deutschland sucht den Superstar* werden Jugendlichen z. B. Möglichkeiten für einen öffentlichen Auftritt und damit Lebensperspektiven angeboten. Zugleich findet aber eine Einübung in die Leistungsgesellschaft statt (vgl. den Beitrag in dieser Ausgabe von Thomas [S. 38 ff.]), denn im Mittelpunkt vieler Auftritte stehen Leistung und Wettbewerb. Außerdem sind Auftritte in Realityshows mit einem gewissen Risiko verbunden (vgl. Mikos 2003, S. 314 ff.). Die Teilnehmer von Shows können ihr Selbstbild lediglich in der Wirkung auf andere Teilnehmer überprüfen und durch die Abstimmung der Zuschauer auch in der Wirkung auf das Publikum. Allerdings haben sie keinen Einfluss auf die Inszenierungsstrategien von Redaktion und Regie. Sie wissen daher nicht, welches Bild von ihnen in der Sendung gezeigt wird, können also auch keine Gegenstrategien entwickeln. So kann es passieren, dass sie bei der Rückkehr in die soziale Realität Enttäuschungen ausgesetzt sind, um anschließend wieder in der Öffentlichkeit ihr vermeintlich wahres Selbst zu legitimieren.

Auch wenn Medien einen Einfluss auf das Selbstbild und die Identität von Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen haben, ist die soziale Realität, in die Kinder und Jugendliche eingebunden sind, wichtiger. „Die mediale Unterhaltung ermöglicht den Jugendlichen eine Selbstverortung in der dargestellten Welt“ (Vollbrecht 2003, S. 23), die dann in der Kommunikation mit den Peers an die soziale Realität im eigenen lebensweltlichen Horizont rückgebunden wird. Es ist zwar richtig, „dass Medien [...] einen hohen Stellenwert für Jugendliche haben, jedoch [genießt] das Zusammensein mit Freundinnen und Freunden weit höhere Priorität“ (ebd., S. 17). So gaben die



Münchener Jugendforscher Jürgen Barthelmes und Ekkehard Sander der Darstellung ihrer Studie zu den Medienerfahrungen Jugendlicher auch den Titel: *Erst die Freunde, dann die Medien* (Barthelmes/Sander 2001). Die Identitätsbildung im Sozialisationsprozess vollzieht sich als dynamischer Prozess, bei dem die in der sozialen Realität und mit Medien gemachten Erfahrungen immer wieder durch neue Erfahrungen mit Medien und Freunden revidiert und erweitert werden.

Die Mediatisierung im Alltagsleben von Kindern und Jugendlichen führt jedoch „zu keiner Verarmung ihrer Alltagsgestaltung oder ihrer sozialen Beziehungen [...]. Im Gegenteil, eine entsprechende Nutzung der Medien ist für die soziale Integration sowohl innerhalb der Familie als auch in den Gleichaltrigen-Gruppen bzw. in den Freundschaftsbeziehungen behilflich und unterstützend, unabhängig davon, dass mit zunehmendem Alter die Distanz zu den Medien größer wird und die Jugendlichen sich immer mehr von der Geschmackskultur ihrer Eltern absetzen“ (ebd., S. 294). Medienkonsum und die Anschlusskommunikation mit Familienmitgliedern und Freunden leisten zusammen einen wesentlichen Beitrag zur Identität und dem Selbstverständnis von Kindern und Jugendlichen. Medien spielen somit neben den anderen Sozialisationsinstanzen wie Familie, Kindergarten, Schule und der Gruppe der Gleichaltrigen eine besondere Rolle im Sozialisationsprozess.

*Prof. Dr. Lothar Mikos ist Professor für Fernsehwissenschaft an der Hochschule für Film und Fernsehen (HFF) »Konrad Wolf« in Potsdam-Babelsberg und Prüfer bei der FSF.*

#### Literatur:

- Baacke, D./Sander, U./Vollbrecht, R.:** *Lebenswelten sind Medienwelten. Lebenswelten Jugendlicher 1.* Opladen 1990a.
- Baacke, D./Sander, U./Vollbrecht, R.:** *Lebensgeschichten sind Mediengeschichten. Lebenswelten Jugendlicher 2.* Opladen 1990b.
- Bachmair, B.:** *Fernsehkultur. Subjektivität in einer Welt bewegter Bilder.* Opladen 1996.
- Barthelmes, J./Sander, E.:** *Medien in Familie und Peer-group. Vom Nutzen der Medien für 13- und 14-Jährige. Medienerfahrungen von Jugendlichen.* Band 1. München 1997.
- Barthelmes, J./Sander, E.:** *Erst die Freunde, dann die Medien. Medien als Begleiter in Pubertät und Adoleszenz. Medienerfahrungen von Jugendlichen.* Band 2. München 2001.
- Castells, M.:** *Das Informationszeitalter. Wirtschaft – Gesellschaft – Kultur. Teil 1: Der Aufstieg der Netzwerkgesellschaft.* Opladen 2001.
- Denzin, N.:** *Symbolic Interactionism and Cultural Studies. The Politics of Interpretation.* Oxford/Cambridge 1992.
- Gauntlett, D.:** *Media, Gender and Identity. An Introduction.* London/New York 2002.
- Hoffmann, D.:** *Attraktion und Faszination Medien. Jugendliche Sozialisation im Kontext von Modernisierung und Individualisierung.* Münster 2002.
- Kellner, D.:** *Media Culture. Cultural Studies, Identity and Politics between the Modern and the Postmodern.* London/New York 1995.
- Keppler, A.:** *Tischgespräche. Über Formen kommunikativer Vergemeinschaftung am Beispiel der Konversation in Familien.* Frankfurt am Main 1994.
- Klein, A.:** *„Musst dich nicht schämen?“ Sexuelle Aufklärung Jugendlicher und die Bedeutung medialer Angebote.* In: tv diskurs, Ausgabe 23, (Januar 2003), S. 58–61
- Krotz, F.:** *Die Mediatisierung kommunikativen Handelns. Der Wandel von Alltag und sozialen Beziehungen, Kultur und Gesellschaft durch die Medien.* Wiesbaden 2001.
- Krotz, F.:** *Medien als Ressource der Konstitution von Identität. Eine konzeptionelle Klärung auf der Basis des Symbolischen Interaktionismus.* In: C. Winter/T. Thomas/A. Hepp (Hrsg.): *Medienidentitäten. Identität im Kontext von Globalisierung und Medienkultur.* Köln 2003, S. 27–48.
- Lash, S.:** *Reflexivität und ihre Doppelungen: Struktur, Ästhetik und Gemeinschaft.* In: U. Beck/A. Giddens/S. Lash: *Reflexive Modernisierung. Eine Kontroverse.* Frankfurt am Main 1996, S. 195–286.
- Mikos, L.:** *Erinnerung, Populärkultur und Lebensentwurf. Identität in der multimedialen Gesellschaft.* In: *Medien Praktisch*, 23/1999/1, S. 4–8.
- Mikos, L.:** *Wertekonservatismus und moralische Diskussionen in Daily Talks.* In: C. Gerhards/R. Möhrmann (Hrsg.): *Daily Talkshows. Untersuchungen zu einem umstrittenen TV-Format.* Frankfurt am Main 2002, S. 63–83.
- Mikos, L.:** *Aspekte mediatisierter Identität. Risiken öffentlicher Selbstdarstellung im Fernsehen.* In: C. Winter/T. Thomas/A. Hepp (Hrsg.): *Medienidentitäten. Identität im Kontext von Globalisierung und Medienkultur.* Köln 2003, S. 309–327.
- Mikos, L.:** *Medienhandeln im Alltag – Alltagshandeln mit Medienbezug.* In: U. Hasebrink/L. Mikos/E. Prommer (Hrsg.): *Mediennutzung in konvergierenden Medienumgebungen.* München 2004a, S. 21–40.
- Mikos, L.:** *Medien als Sozialisationsinstanz und die Rolle der Medienkompetenz.* In: D. Hoffmann/H. Merckens (Hrsg.): *Jugendsoziologische Sozialisationsstheorie. Impulse für die Jugendforschung.* Weinheim/München 2004b, S. 157–171.
- Paus-Haase, I.:** *Heldenbilder im Fernsehen. Eine Untersuchung zur Symbolik von Serienfavoriten.* Opladen/Wiesbaden 1998.
- Schmidt, A.:** *Doing peer-group. Die interaktive Konstitution jugendlicher Gruppenpraxis.* Frankfurt am Main 2004.
- Thomas, T.:** *Deutsch-Stunden. Zur Konstruktion nationaler Identität im Fernsehtalk.* Frankfurt am Main 2003.
- Vollbrecht, R.:** *Aufwachsen in Medienwelten.* In: K. Fritz/S. Sting/R. Vollbrecht (Hrsg.): *Mediensozialisation. Pädagogische Perspektiven des Aufwachsens in Medienwelten.* Opladen 2003, S. 13–24.
- Winter, C./T. Thomas/A. Hepp (Hrsg.):** *Medienidentitäten. Identität im Kontext von Globalisierung und Medienkultur.* Köln 2003.