

Medienhandeln

Nicht erst seit Medien zunehmend digital sind, verknüpfen und vermischen sich mediale Symbolwelten und werden zu Handlungsräumen für Kinder und Jugendliche. Aber mit der Digitalisierung wachsen die produktiven Handlungsoptionen und die sozialen Herausforderungen für die Heranwachsenden als jeweils begeisterte Pioniere der medialen Gerätschaften, wie insbesondere ihre Präsenzen und Aktionen im Social Web zeigen. Anders als sonst – wo gemeinhin die eher technischen Fusionen avisiert werden – belegt das engagierte Münchener Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis (früher jff) diese Phänomene seit 2001 mit dem Terminus der Medienkonvergenz(en) und macht sie zum zentralen Thema von empirischen wie theoretischen Studien. Die Autorin Ulrike Wagner, zwischenzeitlich Direktorin für Forschung des Instituts, war seither maßgeblich an ihnen beteiligt. Mit dieser Publikation, die aus der gekürzten Fassung der Dissertation an der Universität Leipzig von 2010 hervorgeht, legt sie über die diversen Forschungsreporte hinaus ihre zusammenfassende und strukturierende Sicht auf jene konvergierenden Medienwelten, ihre sozialisierenden Einflüsse auf Kinder und Jugendliche und deren typische Formen des Handelns in und mit ihnen vor. Grundlegendes Ziel ist, herauszuarbeiten, welche Bedeutungen das Medienhandeln dieser Klientel in konvergierenden Medienwelten und -strukturen hat und welche Funktionen sie anteilig in der Sozialisation der Heranwachsenden gewinnen.

Um diese komplexe Fragestellung zu bearbeiten, muss die Autorin – wie es sich für eine Qualifikationsarbeit gehört – zunächst intensive und ausführliche Begriffsarbeit leisten sowie Forschungsrecherche betreiben. Aufgearbeitet werden anhand von Sozialisationstheorien und Symbolischem Interaktionismus Komponenten und Modelle zur (Medien)Sozialisation in den verschiedenen Entwicklungsphasen; sie haben sich erst allmählich einem interaktionistischen, tendenziell gleichberechtigten Agieren zwischen (Medien)Welt und Subjekt angenähert – als Prozesse, die in München auch mit dem Terminus „Medienaneignung“ umschrieben werden. Sodann folgen Ausführungen zum „Aufwachsen heute“, wie sie die Jugendforschung vielfältig erarbeitet. Und all diese Ansätze werden schließlich aufeinander bezogen und mit fokussierenden Kategorien versehen. Im zweiten Teil folgen Berichte zu durchgeführten empirischen Studien auf dem Feld des Medienhandelns in konvergierenden Medienwelten: Die erste Studie von 2006 eruierte typische Formen der Medienaneignung von Jugendlichen, die auch mit ihrem sozialen und kulturellen Umfeld sowie mit ihrer persönlichen Konstitution korrelieren. Die zweite Studie, nun mit Blick auf das „Mitmach-Web“, von 2009 entdeckte neue Formen der Gestaltung medialer Räume und persönlicher Kommunikation von Jugendlichen. Im dritten Teil werden die theoretischen bzw. sekundäranalytischen Erkenntnisse und die empirischen Befunde zusammengefügt. Zentral dafür ist zum einen der phänomenologische Begriff der Lebenswelt, der nun

zunehmend auch medial verstanden wird, da sich Freundeskreise und Lebensformen von Jugendlichen weiter ins Netz verlagern, mindestens dort duplizieren. Zum anderen wird aus erklärter pädagogischer Sicht Partizipation auch oder gerade für die neuen Onlinewelten eingefordert (und natürlich auch dafür qualifiziert), da diese solche Optionen in konstruktiver, aber auch verführerischer Überfülle anbieten, aber sie sich vielfach auch erst durch die gestaltende Teilhabe der User konstruieren lassen. Die schon beachtete Forderung der aktiven Medienarbeit wird nun erst gänzliche, praktische Realität, täuscht aber auch Scheinoptionen vor. In ihrem Fazit betont die Autorin nachdrücklich, dass mediale Teilhabe nicht (mehr) von der gesellschaftlichen Partizipation und Handlungsfähigkeit zu trennen ist. Grenzen oder auch Risiken erkennt sie allerdings in möglicherweise wachsender Individualisierung und Isolierung, aber auch in der medialen Verführung zur Bloßstellung und zum Mobbing. Doch aus ihrer Sicht überwiegen die positiven, konstruktiven Optionen, die vor allem durch medienpädagogische Qualifikationen und Handlungsimpulse gestärkt werden können und sollen. Der engagierte Fokus gehört den Jugendlichen; die Medien, die nicht zuletzt Kommerz, Macht und Ideologie sind, geraten dabei ins Hintertreffen.

Prof. Dr. Hans-Dieter Kübler



Ulrike Wagner:
Medienhandeln, Medienkonvergenz und Sozialisation. Empirie und gesellschaftswissenschaftliche Perspektiven.
München: kopaed 2011. 210 Seiten, 18,80 Euro