



Christine W. Trültzsch-Wijnen:
*Medienhandeln zwischen Kompetenz,
 Performanz und Literacy.*
 Wiesbaden 2020: Springer VS.
 586 Seiten, 49,99 Euro

Medienhandeln

Begriffe wie „Medienkompetenz“ oder „Media Literacy“ werden immer stärker diskutiert, je unübersichtlicher die Medien- und Informationsgesellschaft wird. Da ist es wichtig, dass die Salzburger Medienpädagogin Christine W. Trültzsch-Wijnen eine grundlegende Auseinandersetzung mit dem Medienhandeln von Kindern und Jugendlichen vornimmt. Während in der deutschsprachigen Diskussion meist von Medienkompetenz die Rede ist, wird im englischsprachigen Raum von Media Literacy gesprochen. Auch wenn beide Begriffe historisch aus unterschiedlichen wissenschaftlichen Disziplinen stammen, „kann Medienkompetenz [...] durchaus mit *media literacy* übersetzt werden, da die ‚großen Fragen‘ und Ziele dieser Diskurse weitgehend die gleichen sind“ (S. 269, H. i. O.). Dennoch ist es nach Auffassung der Autorin wichtig, auch die feinen Differenzierungen zu betrachten. Vor dem Hintergrund, dass Kinder und Jugendliche aus sogenannten bildungsfernen Milieus häufig geringere Medienrepertoires ausbilden als solche aus bildungsnahen bzw. bildungsbürgerlichen Milieus, steht für die Autorin die Frage im Mittelpunkt, „wie sich das Medienhandeln von Individuen im Hinblick auf deren *media literacy*, im Sinne eines sicheren und selbstbestimmten Handelns im Umgang mit Medien, erklären und beurteilen lässt“ (S. 2, H. i. O.). Dazu setzt sich Trültzsch-Wijnen zunächst mit den sozialen und individuellen Kontexten des Medienhandelns auseinander, die im Rahmen der Sozialisation von Bedeutung sind.

Wichtig ist der Autorin die Unterscheidung von Kompetenz und Performanz, denn nur so sei es möglich „zu verstehen, warum verschiedene Individuen unterschiedlich handeln, auch wenn sie über eine ähnliche Kompetenz in Form von Wissen sowie Fähigkeiten und Fertigkeiten im Umgang mit Medien verfügen“ (S. 290). Unter Rückgriff auf die Arbeiten von Dieter Baacke hebt Trültzsch-Wijnen vor allem den Einfluss der Arbeiten von Pierre Bourdieu hervor: „Der Gewinn einer Auseinandersetzung mit Bourdieus Theorie im Kontext einer kritischen Diskussion des Medienhandelns von Individuen ist die damit verbundene relationale Betrachtungsweise sozialer Realität. [...] Aus dieser Perspektive lässt sich Medien-

bildung als kulturelles Kapital beschreiben, das einerseits über die Mediensozialisation und Medienerziehung innerhalb der Familie vererbt, andererseits über die Mediensozialisation und Medienerziehung im schulischen und außerschulischen Umfeld angeeignet oder auch in Form von Selbstsozialisation (über das eigene Medienhandeln) erworben werden kann“ (S. 284).

Ihre theoretisch gewonnenen Erkenntnisse wendet die Autorin dann einerseits auf eine Sekundäranalyse einer Studie zum Umgang junger Menschen mit dem deutschen und dem österreichischen *Topmodel*-Format und andererseits auf den Umgang von Kindern und Jugendlichen mit dem Social Web an. In der Analyse des Umgangs mit den *Topmodel*-Formaten zeigt sich, dass auch bildungsferne Jugendliche kritisch mit dem Format umgehen. Allerdings besteht gerade bei den formal höher gebildeten Mädchen eine Diskrepanz „zwischen sozialer Erwünschtheit und persönlichem Medienhandeln“ (S. 305). Alle Jugendlichen zeigen Medienkompetenz im Umgang mit den Formaten, Unterschiede lassen sich eher auf das von ihnen erworbene kulturelle Kapital zurückführen. Aus der Studie zum Umgang mit dem Social Web, die aus 50 Einzelfallanalysen besteht, bildet Trültzsch-Wijnen Medienhandlungstypen: „Für jeden Einzelfall wurde ein Polaritätsprofil im Hinblick auf den allgemeinen Habitus, den medialen Habitus und die Medienperformanz erstellt“ (S. 436). Die Autorin kann so fünf Typen bilden: 1) die Angepassten, 2) die intuitiven Techniker, 3) die Experten, 4) die Unsicheren, wobei sie noch einmal zwischen den jüngeren und älteren unterscheidet, und 5) die Reflektierten. Geschlechtsunterschiede zeigen sich nur bei den jüngeren Unsicheren (mehr Jungen) und bei den Reflektierten (mehr Mädchen). Interessant ist, dass besonders die Reflektierten „mehrheitlich formal niedriger gebildet“ sind (S. 469). Die Ergebnisse zeigen, dass Kinder und Jugendliche im Hinblick auf Medienkompetenz nicht über einen Kamm geschoren werden können, da vor allem zahlreiche individuelle Einflussfaktoren das Medienhandeln prägen.

Trültzsch-Wijnen weist explizit darauf hin, dass Medienkompetenz „in der Regel von jenen gesellschaftlichen Gruppen definiert [wird], die über ein hohes Maß an kulturellem und/oder ökonomischem Kapital verfügen“ (S. 275). Aus diesem Blick können Kinder und Jugendliche auch medienkompetent sein, wenn ihr Medienhandeln nicht den Normen der medienkompetenten Erwachsenen entspricht. Trültzsch-Wijnen hat ein Grundlagenwerk vorgelegt, dem eine möglichst große Verbreitung zu wünschen ist – regt es doch auch zum Überdenken eigener Positionen an.

Prof. Dr. Lothar Mikos