



NEWS LETTER

„INITIATIVE FÜR WERTEORIENTIERTE JUGENDFORSCHUNG“



MEDIUM & MESSAGE

ÜBER DIE BEDEUTUNG VON MEDIEN FÜR JUGENDLICHE HEUTE

VON TOBIAS BRAUNE-KRICKAU

1. EINLEITUNG: EINGEBOREN ODER ZUGEWANDERT?

„Damit begann mein letzter zögerlicher Schritt in die Moderne: Ich gab das Schreiben mit der Hand, vielmehr mit Federhalter und Tinte, auf und begann, alles zu tippen, Briefe, Tagebücher, Bücher. Dabei bin ich auch geblieben, für immer 28 Jahre alt, oder besser, für immer 1957; nicht nur habe ich nie mit Computern umzugehen gelernt, vielmehr machte ich sogar vor elektrischen Schreibmaschinen Halt. Daher habe ich mehr als vierzig Jahre später die größten Schwierigkeiten, die richtigen Farbbänder zu finden, geschweige denn funktionierende mechanische oder (wie ich sie nenne) »Dampf«-Schreibmaschinen aus zweiter oder zehnter Hand, wenn bei dem vom Zweifingertippen ramponierten Gerät ein Buchstabe zerbricht oder sonst ein Teil versagt.“ (Dahrendorf 2004, 21)

Diese Worte stammen aus der Feder – oder besser aus der Schreibmaschine – von Lord Ralf Dahrendorf, dem bekannten Sozialwissenschaftler und großen Liberalen, 1929 geboren, im Juni dieses Jahres verstorben. In seiner sehr bemerkenswerten Autobiographie verbindet er den sensiblen Blick des Soziologen mit der feinsinnigen Ausdruckskunst eines Literaten. Und neben vielen Themen, Begegnung und Beobachtungen entdeckt man

immer wieder einen roten Faden: Man ist und bleibt Teil seiner Generation. Über diesen Schatten kann man nicht springen, nur lernen zu verstehen. „... für immer 28 Jahre alt, oder besser, für immer 1957.“ Und was ist es, was hier die Generationengrenze markiert? Es sind, nicht allein, aber eben doch zentral: Medienerfahrungen. Noch einmal Dahrendorf: „Nun bin ich, wie die geneigte Leserin und sicher auch der Leser bald feststellen werden, in meinen Gewohnheiten ziemlich vormodern, ohne e-mail-Adresse, ja überhaupt vor-elektronisch, wenn nicht sogar vor-elektrisch. In meinen Haltungen und Meinungen andererseits bin ich entschieden modern, allerdings klassisch modern, Immanuel Kant, Adam Smith, den Autoren der Federalist Papers und anderen des aufgeklärten, liberalen 18. Jahrhunderts verpflichtet.“ (Dahrendorf 2004, 7)

Ganz offenbar fand in den achtzig Jahren dieses Lebens ein enormer Wandel statt, ein Wandel der **MEDIEN TECHNOLOGIE** und damit auch ein Wandel in dem, was man Erfahrung und **MENTALITÄT** nennen könnte. Und in der Tat: Welcher heute 18-Jährige kann sich vorstellen, dass erst im kalten Januar 1984, also vor 25 Jahren, in Ludwigs-hafen ein Projekt an den Start ging, das die (damals ja noch west-)deutsche Medienlandschaft von Grund auf verändern sollte: Der erste lokale Pilot



NEWSLETTER

„INITIATIVE FÜR WERTEORIENTIERTE JUGENDFORSCHUNG“



versuch mit privatem Fernsehen, genannt „Kabelpilotprojekt Ludwigshafen“ (Schrag 2006, 170). Inzwischen haben sich aus diesen Kellerstudios jene Medienkonzerne des Privatfernsehens entwickelt, die mit tausenden von Mitarbeitern jährlich Milliarden umsetzen und so die öffentlich rechtlichen Sendeanstalten weitgehend in den Schatten gestellt haben.

Vom Internet einmal ganz zu schweigen. Was heute – zumindest für junge Menschen, aber zunehmend auch für ältere – ganz selbstverständlich ist: Email, Chat, Blogs, Twitter, Google, Wikipedia, Ebay, Amazon, MySpace, StudiVZ, MP3, i-Tunes ... trat seinen Siegeszug erst vor etwa 15 Jahren an (Hafner/Lyon 2000). Google beispielsweise ging erst im Jahr 1998 als erste Testversion ins Netz, Ebay kam erst um das Jahr 2000 nach Europa, StudiVZ entstand im Jahr 2005. Inzwischen werden bei Ebay alle 14 Sekunden ein Handy und alle 2 Minuten ein Notebook verkauft, im StudiVZ sind derzeit bereits 14 Millionen Nutzer registriert und nach Selbstauskunft kommen jede Woche neue im sechsstelligen Bereich hinzu.¹

Die beiden Juristen und Medienwissenschaftler John Palfrey und Urs Gasser legen daher in ihrem Buch „Born Digital: Understanding the First Generation of Digital Natives“ (dt.: Generation Internet) nahe, für die Generation, die seit den achtziger Jahren geboren wurde, eine gewichtige Unterscheidung einzuführen: Die Unterscheidung von **DIGITAL NATIVES** und **DIGITAL IMMIGRANTS**. Die einen, die Digital Natives, sind die nach 1980 und damit direkt ins digitale Zeitalter hinein Geborenen. Sie mussten sich Kompetenzen, wie etwa das Schreiben von Emails, das Einkaufen im Netz, oder die Suche nach Information im World Wide Web nicht erst mühsam nachträglich aneignen. Sie sind in den selbstverständlichen Umgang mit den digitalen Medien hineingeboren. Die Digital Immigrants dagegen sind jene, die vor 1980 geboren sind und die im Land der Bits und Bytes nur Einwanderer sind. Vielleicht mögen sie die Sprache und die Umgangsformen dieser neuen Umgebung recht gut erlernen. Nie aber werden sie die

Selbstverständlichkeit derer erlangen, die hier schon immer heimisch waren (Palfrey/Gasser 2008, 1–18).

Worin genau aber liegen eigentlich die Unterschiede zwischen den Digital Natives und den Digital Immigrants? Was macht den Erfahrungs- und Mentalitätswandel aus? Wie gravierend ist er wirklich? Und vor allem: Was sind überhaupt Medien?

Solche Fragen füllen inzwischen Bibliotheken.² Ohne tiefer in die fachwissenschaftlichen Diskussionen einzusteigen, kann man wenigstens zwei Dinge festhalten: Erstens: **MEDIEN SIND KOMMUNIKATIONSMITTEL** und zweitens: **MEDIEN STECKEN PRAKTISCH IN ALLEM**. Daher kommt auch der etwas merkwürdige Umstand, dass, wenn man über Medien redet, eigentlich fast immer beide Seiten irgendwie recht haben: Die Optimisten und die Pessimisten, die Euphoriker und die Kritiker. So kann man beispielsweise den Abbruch von verlässlichen Beziehungen beklagen oder den Gewinn neuer Vernetzung loben. Man kann anprangern, dass der Tiefgang der Oberflächlichkeit zum Opfer fällt oder andererseits die neuen Wissens- und Gestaltungsformen begrüßen. Man kann die neuen Medien als Katalysator von Gewalt beschreiben oder auch als befreiendes Potential für neue soziale Bewegungen. Man kann die Religion im anonymen Individualismus des World Wide Web verschwinden sehen oder von neuem aufstehen in den Chancen von digitalen Verkündigungsformen.³

Diese Diskrepanz hat damit zu tun, dass Medien – ähnlich wie eine Färbung in einem Bild – in praktisch allem stecken: In den Formen von Beziehungen, im Suchen von Identität, in der Gestaltung von Politik, im Wohl und Wehe der Wirtschaft... Deswegen ist es hilfreich, Medien zunächst einmal als Kommunikationsmittel zu verstehen. Durch Medien wird kommuniziert. Das haben Buch, Telefon und Internet gemeinsam. Die Unterschiede liegen hauptsächlich darin, wer mit wem und auf welche Art kommuniziert: Mündlich, schriftlich,

¹ Zu Ebay: <http://de.wikipedia.org/wiki/Ebay> Zu StudiVZ: http://www.studivz.net/l/about_us/1

² Überblicke bieten beispielsweise die Aufsätze Schöttker 2003a und 2003b.

³ Ein kurzer Abriss über die normativen Positionen zum Thema Medien findet etwa in Süss 2004, 15–20.



durch Bilder oder Filme; Einzelne untereinander oder Gruppen mit Einzelnen, Institutionen mit Gruppen usw. Ein solches Verständnis von Medien führt zu einer Grundeinsicht, die im Gerangel zwischen Medien euphorie und –kritik manches mal unterzugehen droht: Als „Gebrauchsgegenstand zur Kommunikation“ sind Medien zunächst einmal – wie alle anderen Gebrauchsgegenstände auch – neutral. Erst der konkrete Gebrauch lässt aus dem neutralen Medium etwas Gutes oder Schlechtes entstehen: Mit Hilfe der Medien kann die NPD neue Mitglieder anwerben und ihr altbackenes Image abschütteln und mit denselben Medien können christliche Hilfswerke Spenden und Mitarbeiter dafür gewinnen, dem Elend in aller Welt abzuhelpfen.

Will man nun über „Jugendarbeit im digitalen Zeitalter“ nachdenken, dann hilft es daher wenig, mit pauschalen Schwarz-Weiß-Beschreibungen zu hantieren. Eine Annäherung an das Thema kann nur so gelingen, dass man jeweils einzelne Bereiche betrachtet, in denen durch Medien kommuniziert wird und dort jeweils neu überlegt, welche Gebrauchsweisen von Medien hilfreich und weniger hilfreich sind. So kann in der Jugendarbeit eine sowohl konstruktive als auch kritische Begleitung von Heranwachsenden aus christlicher Perspektive gelingen.

2. WARUM MEDIEN FÜR JUGENDLICHE ÜBERHAUPT SO BEDEUTSAM SIND

Wenn eine Unterscheidung wie die zwischen Digital Natives und Digital Immigrants überhaupt einen Sinn haben soll, dann muss man angeben können, warum die neuen Medien für Jugendliche überhaupt so eine Bedeutung haben. Was sind die Knotenpunkte, an denen die medialen Möglichkeiten ihre Wirkungen im Leben der jungen Generation entfalten? Erst von daher kann dann deutlich werden, warum es zu so einem gewichtigen Unterschied zwischen denen kommt, die in das digitale Zeitalter hineingeboren wurden und denen, die erst nachträglich eingewandert sind. Zumindest drei solcher Knotenpunkte lassen sich hier ausmachen.

2.1 DAS EIGENE LEBEN LERNEN: MEDIEN ALS SOZIALISATIONSFAKTOR

These: Medien sind in unserer heutigen Gesellschaft zu einem ungemein prägenden Faktor beim Erwachsenwerden geworden. Sie haben sich in den vergangenen Jahren und Jahrzehnten einen Platz neben Elternhaus, Schule, Gemeinde, Verein, Freundeskreis etc. erarbeitet, der kaum überschätzt werden kann. Um sich in unserer Welt zu Recht zu finden, brauchen junge Menschen deshalb Medienkompetenz.

Um für einen Moment etwas weiter auszuholen: Im Unterschied zu Tieren kommt der Mensch bekanntlich relativ „unvollkommen“ zur Welt. Da er sich weit weniger durch Instinkte in der Welt zu Recht finden kann, ist er von Anfang an auf die Zuwendung seiner menschlichen Umgebung angewiesen. Lange Jahre verbringt der Mensch damit, all die Feinheiten zu erlernen, die es braucht, um sich eines Tages in der Welt der Erwachsenen – man könnte sagen: in der Gesellschaft – sicher bewegen zu können. Den Prozess, in dem der Mensch durch Anschauung und Erklärung lernt, wie das Leben funktioniert, nennt man auch Sozialisation (Tillmann 2007). Dabei kann man noch einmal zwischen den „Sozialisatoren“ (manchmal auch: „Sozialisationsfaktoren“) auf der einen Seite, also jenen, die die heranwachsende Person mit den Normen, Werten, Umgangsweisen, Rollen usw. der Gesellschaft vertraut machen, und den „Sozialisanden“ auf der anderen Seite, also den „Neuankömmlingen“ unterscheiden. Die Sozialisatoren kann man wiederum noch einmal in zwei Gruppen aufteilen: „Sozialisationsinstanzen“ nennt man Personen oder Institutionen, die sich die Gestaltung von Sozialisation explizit zum Ziel gemacht haben, also z.B. Eltern, Schulen, Jugendeinrichtungen etc. Sie verfügen mit ihrem Auftrag zur Sozialisation auch über Sanktionsmittel, d.h. Möglichkeiten zur Bestrafung oder Belohnung. „Sozialisationsagenten“ nennt man hingegen Personen oder Institutionen, die sozialisierend wirken, ohne dass sie dazu einen speziellen Auftrag hätten. Das ist z.B. die Wirtschaft, insbesondere



NEWSLETTER

„INITIATIVE FÜR WERTORIENTIERTE JUGENDFORSCHUNG“



durch die Werbung, die Gruppe der Gleichaltrigen, Freundeskreise und nicht zuletzt die Medien.⁴

Die Geschichte der Modernisierung ist nun unter anderem davon geprägt, dass neben dem engen Kreis der (Groß-)Familie immer mehr Sozialisationsfaktoren hinzukommen: Zunächst der außerfamiliäre Betrieb, dann mit Etablierung der Schulpflicht immer stärker auch die Bildungseinrichtungen. Genauso dann auch Vereine und andere Einrichtungen des öffentlichen Lebens, mit dem größer werdenden Eigengewicht der Jugendkultur auch die Gruppe der Gleichaltrigen. Und schließlich mit der massenhaften Verbreitung der neuen Medien ebendiese. **JUGENDLICHE KÖNNEN UND MÜSSEN SICH ALSO AN IMMER MEHR SOZIALISATIONSFAKTOREN ORIENTIEREN, UM DAS LEBEN IN DER GEGENWÄRTIGEN WELT ZU LERNEN.**

Man kann heute davon ausgehen, dass die Medien für Heranwachsende ein immer bedeutenderer Sozialisationsfaktor werden (Süss 2004). Hier lernt man Entscheidendes darüber, wie die Welt funktioniert. Das müssen nicht einmal die großen Nachrichten sein oder die Weihnachtsansprache des Bundespräsidenten. Sozialisation durch Medien funktioniert viel subtiler: Durch Talkshows, in denen man lernen kann, was angesagt ist und was nicht; durch Talentshows, in denen man sieht, was man drauf haben muss, um bestehen können; durch Filme, die dem Zuschauer suggestive Rollenangebote machen. Was heißt es ein Mann zu sein? Was ist heute weiblich? Was heißt Erfolg? Wie führt man

Beziehungen? Durch Popsongs, die ganz ähnliche Themen verhandeln usw.

Wer Kinder und Jugendliche vor Medien abschotten möchte, der unterschätzt nicht nur die Gewitztheit, mit der sie sich am Ende ohnehin das verschaffen, was sie wollen, er übersieht auch, dass Sozialisation keine Einbahnstraße ist. Das erkennt man schon am Beispiel der Eltern: Natürlich sind sie ein ganz entscheidender Sozialisationsfaktor. Aber das heißt noch lange nicht, dass die Kinder am Ende genauso werden, wie ihre Eltern. Im Gegenteil: Sozialisation bedeutet, das Leben *in Auseinandersetzung mit* den vielfältigen Sozialisationsfaktoren zu lernen. Man kann als Jugendlicher Dieter Bohlen & Co. durchaus negativ beurteilen. Entscheidend wichtig ist aber, sie immerhin zu kennen, weil sie – egal was man von ihnen hält – ein wichtiger Teil unserer Gesellschaft sind.

2.2 DIE EIGENE JUGEND AUSLEBEN: MEDIEN UND DIE ENTSTEHUNG DER JUGENDPHASE

These: Die Lebensphase Jugend, wie wir sie heute kennen, besteht noch nicht lange. Sie hat mittlerweile eine Eigenständigkeit erlangt, wie sie in der Geschichte wohl noch nie da war: Eigene Fernsehsender, Modelabels, Einkaufsketten usw. Die Medien haben einen großen Anteil an dieser Entwicklung. So gesehen haben sie das Bild von Jugend, das wir heute haben, entscheidend mit geprägt.

Die Jugend als eigenständige Lebensphase ist letztlich eine Erfindung der Neuzeit (Hornstein 1965; Gillis 1994). Natürlich gab es schon immer einen Übergang vom Kind zum Erwachsenen. Dieser war jedoch früher recht kurz oder sogar manchmal ein nur durch ein Ritual abgegrenzter Übertritt von Kindheit ins Erwachsenenalter. Vieles deutet z.B. darauf hin, dass zu biblischen Zeiten die Kindheit mit der Heirat endete, d.h. mit der Loslösung vom Elternhaus und der Gründung einer eigenen Familie. Das fand in der Regel zwischen 12 und 14 Jahren statt. In nachexilischer Zeit kommt mit dem heute im Judentum „Bar Mizwa“ genannten Brauch zusätzlich ein Übergangsritual hinzu: Mit dreizehn Jahren werden die Kinder in die Synagoge gebracht und gesegnet. Fortan waren sie voll für ihre

⁴ Es gibt natürlich auch ganz andere Einteilungen. Der bekannte Jugendforscher Klaus Hurrelmann unterscheidet beispielsweise nicht zwischen Instanzen und Agenten, sondern nach der Bedeutung der unterschiedlichen – wie er sich ausdrückt: Sozialisationsinstanzen. Demnach sind die primären Sozialisationsinstanzen Familie, Verwandtschaft, Freunde, sekundäre sind Kindergarten, Schule, weitere Bildungseinrichtungen und tertiäre Gleichaltrige, Freizeitorganisationen und Medien (Hurrelmann 2006, 32ff.). Es stellt sich bei dieser Einteilung aber die Frage, ob es heute tatsächlich so ist, dass die Bedeutung etwa der Medien noch nach der Schule kommt. Von daher bevorzuge ich die etwas neutralere Aufteilung von Tillmann 2007, die eher nach der Funktion als nach der Bedeutung fragt.



NEWSLETTER

„INITIATIVE FÜR WERTEORIENTIERTE JUGENDFORSCHUNG“



Taten verantwortlich und durften – sofern sie männlichen Geschlechts waren – an allen religiösen Vollzügen teilnehmen (Kunz-Lübcke 2006; Blenkinsopp 1997; Stemberger 2002).

Die Lebensphase Jugend ist aber heute nicht nur länger als früher, auch ihre Funktion hat sich bedeutend verändert. Das, was wir heute gemeinhin unter dem Begriff Jugend verstehen, findet sich prototypisch erstmals in Jean-Jacque Rousseaus Bildungsroman „Emile“ aus dem Jahr 1762. Darin bricht er mit dem bis dahin gültigen ständischen Ideal von Erziehung. Dieses funktionierte grob gesagt nach dem Modell „Blaupause“: Die Heranwachsenden sollten möglichst genau die Fertigkeiten, Ideale und Verhaltensregeln des jeweiligen Standes erlernen, um sie später einmal sicher reproduzieren können (Lenhart/Stohner 1983). Demgegenüber bringt Rousseau ein Erziehungsideal in Anschlag, das vielfach als bürgerlich und aufklärerisch bezeichnet wurde: Ihm geht es darum, dass der junge Mensch sein volles Potential entfaltet und zu sich als einzigartiger Persönlichkeit findet. Es geht weniger um den Erhalt der Großgruppe und ihrer Normen, sondern vielmehr um das Individuum und seine Entfaltung. Der Nutzen der Jugend für die Gesellschaft liegt sogar in ihrem Anderssein. Denn jeder Jugendliche trägt nach Rousseau den Keim des Neuen bereits in sich und soll ein Erneuerer werden zum Fortschritt der Gesellschaft.

Hier bricht sich das Bahn, was in der heutigen Fachliteratur gerne „Jugend als Moratorium“ genannt wird. Das heißt: Jugend als eine Schonzeit vor und außerhalb der Gesellschaft zur Entwicklung, Selbstfindung, Erprobung und Identitätsentwicklung. Der Jugendliche hat nun ein Anrecht darauf, dass ihm belastende Erfahrungen und Zwänge des Erwachsenenlebens erspart bleiben. Der bekannt Entwicklungspsychologie Erik H. Erikson gibt zu dieser Sicht der Jugendphase die klassische Definition: „Ein Moratorium ist eine Aufschubperiode, die jemandem zugebilligt wird, der noch nicht bereit ist, eine Verpflichtung zu übernehmen, oder die jemandem aufgezwungen wird, der sich selbst Zeit zubilligen sollte. Unter einem psychosozialen Moratorium verstehen wir also einen Aufschub erwachsener Verpflichtungen oder Bindungen...“ (Erikson 1974, 161) Erikson betonte in seinen Schriften zur Jugendphase die Notwendigkeit einer Identitäts- und Orientierungskrise, durch die der

Jugendliche hindurchmüsse, um schließlich die Identität und Moral zu entwickeln, die dem modernen Bürger zukommen sollte. Einer von Eriksons Nachfolgern, J.E. Marcia, nannte das etwas pathetisch die „erarbeitete Identität“, im Gegensatz zu den wertlosen Formen einer bloß „übernommenen“ oder „diffusen Identität“ (Marcia 1993).

Das Recht auf eine solche „Sinn- und Orientierungskrise“ wird den Jugendlichen heute (d.h. spätestens seit 1968) weitestgehend selbstverständlich zugesprochen. Jugendliche müssen sich ausleben, auch mal über die Strenge schlagen, sollen sich ausprobieren. Auf der Grundlage eines solchen gesellschaftlichen Common Sense konnte die Jugend als eigenständige Lebensphase prächtig gedeihen. So prächtig, dass es heute mehr oder weniger normal ist, dass schon junge Erwachsene zugeben müssen, im Grunde nicht mehr richtig zu verstehen, was in den aktuellen Jugendkulturen und –szenen so vor sich geht. Jugendliche haben heute eine ganz eigene Lebenswelt zur Verfügung, in der sie sich nach Belieben austoben und ausprobieren können.

Möglich machen das nicht zuletzt die Medien, die geradezu wie geschaffen sind für Bedürfnisse der jungen Menschen. Durch sie können sie sich untereinander vernetzen und einen gemeinsamen Lebensstil pflegen. Durch sie werden die jeweils aktuellen Stars und Sternchen der Unterhaltungsindustrie live in die Kinder- und Jugendzimmer gebracht. Durch sie entsteht ein ganzes Universum aus Zeichen, Bildern und Klängen, in dem sie ihre Jugend ausleben und eigenständig gestalten können.⁵

Ein gutes Beispiel dafür ist der Musiksender MTV. 1981 gegründet, ist die Sendergruppe nach eigenen Angaben „heute das größte TV-Network der Welt und die füh-

⁵ Dass die Medien schon in der frühesten Phase der Jugendkultur eine bedeutende Rolle spielt, zeigen beispielsweise die Ausführungen von Savage 2008, S. 56-64, über die Entstehung der Hooligans in England und Amerika in den Jahren nach 1870. Ihr provokantes Auftreten war für die Zeitungen ein gefundenes Fressen und ihre reißerischen Beschreibungen wirkten ihrerseits zurück auf die Selbstwahrnehmung und schließlich Selbstinszenierung einer ganzen Jugendgeneration.



NEWSLETTER

„INITIATIVE FÜR WERTORIENTIERTE JUGENDFORSCHUNG“



rende Multimedia-Marke für 12- bis 34-Jährige.⁶ MTV erreicht sage und schreibe 481,5 Mio. Haushalte in 179 Ländern – und das mit einem Format, das speziell auf Jugendliche zugeschnitten ist (Vgl. dazu Kurp et al. 2002). Ähnliches gilt für das auflagenstärkste deutsche Jugendmagazin „Bravo“, das mit einer wöchentlichen Auflage von ca. 464.000 Exemplaren unter die Leute gebracht wird und damit einen ähnlichen Verbreitungsgrad besitzt wie die Wochenzeitung „Die ZEIT“. In solchen Jugend-Medien – und natürlich genauso in den weniger am Mainstream orientierten Organen – wird die jugendliche Lebenswelt als eigenständiger Kosmos, abgegrenzt sowohl von der Kinderzeit als auch von der Welt der Erwachsenen, etabliert.

Auf das Thema dieses Newsletters zugespitzt: **EIN WICHTIGER GRUND FÜR DIE GROßE BEDEUTUNG DER MEDIEN FÜR JUGENDLICHE LIEGT DARIN, DASS IN UNSERER GESELLSCHAFT DIE JUGENDPHASE ALS MORATORIUM VERSTANDEN WIRD UND DIE MEDIEN MAßGEBLICH DARAN MITWIRKEN, EINE JUGENDLICHE LEBENSWELT ZU ERRICHTEN, IN DER EBEN DIES AUSGELEBT WERDEN KANN.** Auch hier liegt es auf der Hand, dass Jugendliche um den aktiven Gebrauch von Medien kaum herum kommen, wenn sie die Aufgabe, die die Gesellschaft ihnen stellt – nämlich die Erarbeitung einer eigenen Identität – nachkommen wollen.

DEN EIGENEN PLATZ FINDEN: JUGENDLICHE IN DER INFORMATIONSGESELLSCHAFT

These: Die westlichen Gesellschaften sichern ihren Wohnstand inzwischen in hohem Maße durch wissensbasierte Berufe. Sie verdrängen mehr und mehr die alten Industrie- und Handwerksbetriebe. Schon in der Schule wird deshalb darauf Wert gelegt, bestimmte Kernkompetenzen zu erwerben, die es einem ermöglichen, sich flexibel in verschiedensten Wissensfeldern zu Recht zu finden. Auch diese Entwicklung haben die Medien entscheidend befördert. Ihre Kommunikations-

wege zu kennen, wird daher für Jugendliche zur unabdingbaren Voraussetzung, später einmal den eigenen Platz in der Gesellschaft zu finden.

Nicht zuletzt in beruflicher Hinsicht wachsen Jugendliche heute in einer ganz anderen Situation auf, als es noch für die Generation ihrer Eltern der Fall war. Viele von ihnen hatten noch den Schwung der Aufbaujahre nach dem Krieg im Rücken. Der Wohlstand stieg beträchtlich an und immer größere Bevölkerungsgruppen konnten davon profitieren. Zugleich waren die Arbeitsverhältnisse zwar nicht unbedingt einfach, aber doch zumindest noch recht übersichtlich. Heute leben Jugendliche zwar immer noch in dem Wohlstand, den die vorangegangenen Generationen erarbeitet haben, merken aber zunehmend, wie fragil und zerbrechlich dieser ist. Neue Formen von Verunsicherung machen sich breit angesichts von konstant hohen Arbeitslosigkeitszahlen, immer neuen Unternehmenspleiten und zuletzt der Finanz- und Wirtschaftskrise (Braune-Krickau 2008).

Damit hängt ein Trend zusammen, den viele Soziologen unter dem Stichwort fassen: von der Industrie- zur Informationsgesellschaft (Krücken 2007). Lebte der Aufschwung nach dem Krieg noch maßgeblich von dem Florieren bestimmter exportträchtiger Industriezweige, geraten gerade diese in den letzten Jahrzehnten mehr und mehr in die Krise. Selbst Hochtechnologiefirmen wie Nokia schließen ihre Produktionsstandorte in Deutschland und ziehen weiter in Länder, in denen sich die Produktion auf Grund von niedrigeren Löhnen und Sozialabgaben wesentlich billiger realisieren lässt. Damit droht ein Großteil des wirtschaftlichen Sektors wegzubrechen, in dem Menschen mit eher geringer beruflicher Qualifikation angestellt werden. Was den hoch entwickelten westlichen Gesellschaften in der internationalen Konkurrenz bleibt, ist die Konzentration auf die Wirtschaftsbereiche, die ein hohes Maß an Wissen voraussetzen. Hier haben Sie nach wie vor enorme Standortvorteile, während die Kosten für die Produktion zum Beispiel von Textilien, Möbeln etc. im internationalen Vergleich nicht mehr konkurrieren können. Denn in Bezug auf die einfache Arbeitskraft haben westliche Gesellschaften kaum Chancen, sich gegen Länder zu behaupten, in denen Dumpinglöhne zur Normalität gehören. Und gleichzeitig haben in zu-

6

<http://www.mtvnetworks.de/scripts/contentbrowser.php3?ACTION=showSub&SubID=27&plugin=>



NEWSLETTER

„INITIATIVE FÜR WERTORIENTIERTE JUGENDFORSCHUNG“



nehmend globalisierten Zeiten die nationalen Regierungen kaum effektive Mittel in der Hand, um Unternehmen dazu zu bewegen, im eigenen Land zu bleiben und nicht mit ihren Arbeitsplätzen in die günstigeren Regionen abzuwandern.

Was zurückbleibt ist eine Gesellschaft, die ihren Wohlstand mehr und mehr durch stark wissensbasierte Berufe sichern muss. Nicht zuletzt deshalb legt die Politik so viel Wert darauf, dass möglichst viele junge Menschen ihr Abitur machen und Zugang zum Studium erhalten. Gleichzeitig konzentriert man die schulischen Lehrpläne bereits immer früher auf die sogenannten Kernkompetenzen. Die Schülerinnen und Schüler sollen weniger einen festen Kanon von Wissensbeständen vermittelt bekommen, sondern in erster Linie die methodischen Fähigkeiten, die es braucht, um sich selbstständig in immer neue Wissensgebiete einzuarbeiten. So ist etwa der Umgang mit Literatur längst kein Selbstzweck mehr, sondern ein Beispiel, an dem Basiskompetenzen wie Textverstehen und –reproduktion gelernt werden können. Entsprechend geben die westlichen Regierungen recht hektisch reihenweise wissenschaftliche Untersuchungen in Auftrag, die solche Kernpotenzen überprüfen und international vergleichen sollen. Die bekannten, aber nicht unumstrittenen PISA-Studien sind nur ein Beispiel unter vielen.

Nicht zuletzt wird im Rahmen dessen auch auf Medienkompetenzen Wert gelegt. Schon früh sollen die Kinder lernen, mit Computern umzugehen, Vorträge mit visuellen Medien zu unterstützen usw. Nicht selten entsteht dabei die etwas absurde Situation, dass sich die Schülerinnen und Schüler in diesen Bereichen als „Digital Natives“ bereits viel besser auskennen als die Lehrerinnen und Lehrer, die ihnen eben dies eigentlich beibringen sollen.

Aus dieser Perspektive betrachtet, erfüllt der ohne Frage hohe Mediengebrauch der Jugendlichen,⁷ der viel

und gerne beklagt wird, für die Jugendlichen selbst auch eine wichtige Funktion: Er ist ein Teil der Vorbereitung darauf, einmal den eigenen Platz in der Informations- oder Wissensgesellschaft zu finden. Die Jugendlichen wissen intuitiv, dass der kompetente Umgang mit Medien für ihren späteren beruflichen Werdegang von entscheidender Bedeutung ist. Das fängt an bei der ansprechenden grafischen Gestaltung der eigenen Bewerbungsunterlagen, geht über den gekonnten Einsatz von PowerPoint für Präsentationen aller Art und reicht bis hin zu dem weiter wachsenden Stellenmarkt in den Bereichen Computertechnik, Software- und Internetentwicklung, sowie Mediengestaltung. Dass in einer solchen Situation Leute wie der Apple-Gründer Steve Jobs oder der Facebook-Gründer Mark Zuckerberg zu Vorbildern werden, verwundert wenig. Sie hatten eine zündende Idee und machten aus ihrer Medienkompetenz bares Geld. Letztgenannter Mark Zuckerberg, ein gerade einmal 25-jähriger Studienabbrecher, verkaufte 2007 für 240 Millionen Dollar 1,6% (!) seines Unternehmens an Microsoft und gilt mit einem geschätzten Privatvermögen von 1,5 Milliarden Dollar als jüngster Milliardär der Welt.

Von solchen Extrembeispielen einmal abgesehen zeigt aber schon dieser kurze Gedankengang einen weiteren wichtigen Grund, warum Medien für Jugendliche eine große Bedeutung haben: **SIE WISSEN, DASS EIN KOMPETENTER UMGANG MIT MEDIEN ENTSCHEIDENDE BEDEUTUNG FÜR IHREN SPÄTEREN BERUFLICHEN WERDEGANG HAT.** So gesehen ist die intensive Beschäftigung mit Medien aller Art auch ein Teil der Bemühung, einmal den eigenen Platz in der Welt zu finden.

MEDIUM UND MESSAGE – EINE CHRISTLICHE PERSPEKTIVE

Wie gesehen ist für die „Digital Natives“ der Umgang mit Medien nicht nur längst selbstverständlich geworden. Medien spielen eine wichtige Rolle, wenn es darum geht, das eigene Leben zu lernen, die eigene Jugend auszuleben und später einmal den eigenen Platz zu finden.

⁷ Die klassische Quelle für alle, die sich hier genauer informieren möchten ist die so genannte Jim-Studie, die vom Medienpädagogischen Forschungsverbund Südwest herausgegeben wird und im Internet unter <http://www.mpfs.de/index.php?id=117> zur Verfügung steht.



So gesehen kann es in der christlichen Jugendarbeit nicht darum gehen, irgendwelche Vermeidungsstrategien zu fahren oder bloß über „schwarze Listen“ gute von schlechten Inhalten zu scheiden und für die Jugendlichen vorzusortieren. Wenn Medien tatsächlich in praktisch allem stecken und wir es mit einem so unheimlich vielschichtigen Feld zu tun haben, dann kann der Weg zu einer christlich inspirierten Medienkompetenz nur darin zu suchen sein, sich **MIT CHRISTLICHEN WERTEN AUF DIE AKTIVE AUSEINANDERSETZUNG MIT DEN UNTERSCHIEDLICHEN MEDIENGEHALTEN UND –GEBRAUCHSWEISEN EINZULASSEN.**

Ein kurzes Beispiel soll das verdeutlichen und zum eigenen Weiterdenken anregen.⁸ Man braucht gegenwärtig nicht einmal allzu lange fernzusehen, um auf eine der zahlreichen Castings- und Wettbewerbsshow zu stoßen. Das Schema ist immer dasselbe: Da ist auf der einen Seite die Jury, der auf Grund irgendwelcher Erfolge die Kompetenz zugesprochen wird, über die andere Seite, d.h. die Teilnehmer und ihre Fähigkeiten, zu entscheiden. Der Reiz dieser Sendungen besteht in erster Linie darin, dass hier nicht irgendwelche Promis um die Anerkennung kämpfen, die sie ohnehin schon innerhaben, sondern dass es „normale“ Leute sind, für die der Traum von der großen Karriere ganz plötzlich Wirklichkeit werden könnte. Es braucht keine großen analytischen Fähigkeiten um zu erkennen, dass hier den Zuschauerinnen und Zuschauern permanent implizite Verheißungen gemacht werden: Die da oben sind gar nicht so anders als wir alle hier unten; jeder kann alles erreichen, wenn er nur will; die ganz große Karriere und das ganz große Glück sind für einen jeden von uns zum Greifen nahe usw.

Das Stichwort „Verheißungen“ wiederum dürfte Christen keineswegs fremd sein. Mit der Verwendung solcher impliziten Verheißungen bewegen sich die Fernsehsender gewissermaßen ungewollt auf quasi-religiösem Gebiet. Aus einer christlichen Sicht kann hier sehr gut angeknüpft werden, indem man die impliziten Verheißungen, die z.B. in Castingshows – aber bei weitem nicht nur dort – gemacht werden, einmal auf ihren

Wirklichkeitsgehalt hin prüft: Inwiefern trifft das Versprechen, das hier gemacht wird, wirklich zu? Inwiefern ist derjenige, der dieses Versprechen macht, überhaupt in der Lage, es auch einzulösen? Christliche Verheißungen haben ja genau an dieser Stelle ihren entscheidenden Punkt: Sie versprechen nichts, was sie nicht selbst auch einlösen (und nicht der Mensch einlösen muss!), weil der, der die Verheißungen macht, selbst dafür sorgt.

Bleibt man also beim Beispiel der Casting-Shows, so fällt schnell auf, dass ihre Versprechen kaum die Realität in unserer Gesellschaft widerspiegeln. Erfolg und Anerkennung sind eben nicht prinzipiell für jeden möglich. Stattdessen finden selbst begabte junge Menschen inzwischen häufig keinen Arbeitsplatz mehr. Hier liegt im Grunde ein ungeheurer Skandal in unserer Gesellschaft offen zu Tage, der durch die fraglichen Verheißungen der Medienlandschaft vielfach überspielt wird. Denn nach der Logik der Castingshows ist ja nicht nur Erfolg für jeden möglich – wenn dann „zufällig“ jemand dennoch keinen Erfolg hat, dann ist er auch noch selbst daran Schuld... Der Faden ließe sich ohne weiteres weiterspinnen!

Solche Überlegungen, die hier natürlich nur exemplarisch angedeutet werden können, müssen wiederum nicht dazu führen, dass man solche Sendungen einfach schon prinzipiell von den Jugendlichen fernhält. Auch dass sie durchaus sehr unterhaltsam sind, braucht gar nicht geleugnet zu werden. Jugendarbeit hätte aber die Chance, das, was implizit in den Medien geschieht, immer wieder im Gespräch mit den Jugendlichen explizit zu machen, um es so gemeinsam bearbeiten zu können. So könnte sie ihrem Auftrag nachkommen, „Medium und Message“ kritisch in Bezug zu einander zu setzen und würde zugleich für Jugendliche im digitalen Zeitalter an Relevanz gewinnen.

⁸ Wichtige Impulse für den folgenden Gedanken verdanke ich dem Aufsatz Gutmann 2000.

BIBLIOGRAPHIE

- Blenkinsopp, Joseph (1997), „The Family in First Temple Israel“, in: *Families in Ancient Israel*, hg. von Leo G. Perdue, Joseph Blenkinsopp, John J. Collins und Carol Meyers, Louisville: Westminster John Knox Press, S. 48–103.
- Braune-Krickau, Tobias (2008), „Leben in unsicheren Zeiten, Teil 1: Von unsichtbaren Risiken, dem Fluch der Flexibilität und der Angst vor Ausgrenzung – die junge Generation unter Druck!?“ in: *Newsletter der Initiative für wertorientierte Jugendforschung*, Nr. 4, S. 1–22.
- Dahrendorf, Ralf (2004), *Über Grenzen: Lebenserinnerungen*, Frankfurt a.M.: Fischer Taschenbuch.
- Erikson, Erik H. (1974), *Jugend und Krise: Die Psychodynamik im sozialen Wandel*, 2. Aufl., Stuttgart: Klett.
- Gillis, John R. (1994), *Geschichte der Jugend: Tradition und Wandel im Verhältnis der Altersgruppen und Generationen in Europa von der zweiten Hälfte des 18. Jahrhunderts bis zur Gegenwart*, Ungekürzte Taschenbuchausg., München: Heyne.
- Gutmann, Hans-Martin (2000), „Populäre Kultur im Religionsunterricht“, in: *Religionspädagogik und Kultur: Beiträge zu einer religionspädagogischen Theorie kulturell vermittelter Praxis in Kirche und Gesellschaft*, hg. von Peter Biehl und Klaus Wegemann, Neukirchen-Vluyn: Neukirchener, 2000, S. 179–200.
- Hafner, Katie/Lyon, Matthew (2000), *Arpa Kadabra oder die Geschichte des Internet*, 2., korr. Aufl., Heidelberg: dpunkt.
- Hornstein, Walter (1965), *Vom „Jungen Herrn“ zum „Hoffnungsvollen Jüngling“: Wandlungen des Jugendlebens im 18. Jahrhundert*, [Anthropologie und Erziehung, Bd. 14], Heidelberg: Quelle & Meyer.
- Hurrelmann, Klaus (2006), *Einführung in die Sozialisationstheorie*, 9. Aufl., Weinheim/Basel: Beltz.
- Krücken, Georg (2007), „Wissensgesellschaft: Wissenschaft, Technik und Bildung“, in: *Soziologische Gegenwartsanalysen*, Bd. 2, hg. von Uwe Schimank und Ute Volkmann, Wiesbaden: VS, S. 69–86.
- Kunz-Lübcke, Andreas (2006), „Wahrnehmung von Adoleszenz in der Hebräischen Bibel und in den Nachbarkulturen Israels“, in: *„Schaffe mir Kinder ...“: Beiträge zur Kindheit im alten Israel und in seinen Nachbarkulturen*, hg. von Andreas Kunz-Lübcke und Rüdiger Lux, Leipzig: Evang. Verl.-Anst., S. 165–195.
- Kurp, Matthias/Hauschild, Claudia/Wiese, Klemens (2002), *Musikfernsehen in Deutschland: Politische, soziologische und medienökonomische Aspekte*, Wiesbaden: Westdeutscher.
- Lenhart, Volker/Stohner, Friedbert (1983), „Geschichte der Jugend“, in: *Enzyklopädie der Erziehungswissenschaft*, Bd. 14: *Erziehung im Jugendalter: Sekundarstufe I*, hg. von Ernst-Günther Skiba, Christoph Wulf und Konrad Wünsche, Stuttgart: Klett, S. 21–48.
- Marcia, James E. (1993), *Ego identity: A handbook for psychosocial research*, New York [u.a.]: Springer 1993.
- Palfrey, John/Gasser, Urs (2008), *Generation Internet: Die Digital Natives: wie sie leben, was sie denken, wie sie arbeiten*, München: Hanser.
- Savage, Jon (2008), *Teenage: Die Erfindung der Jugend (1875-1945)*, Frankfurt a.M.: Campus.
- Schöttker, Detlev (2003a), „Auswahlbibliographie zur Mediengeschichte“, in: *Mediengebrauch und Erfahrungswandel: Beiträge zur Kommunikationsgeschichte*, hg. von Detlev Schöttker, Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht, S. 22–36.
- _____ (2003b), „Vom Laut zum Cyberspace: Entwicklung und Perspektiven der Mediengeschichtsschreibung“, in: *Mediengebrauch und Erfahrungswandel: Beiträge zur Kommunikationsgeschichte*, hg. von Detlev Schöttker, Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht, S. 9–21.
- Schrag, Wolfram (2006), *Medienlandschaft Deutschland*, München: Bayrische Landeszentrale für politische Bildungsarbeit.
- Stemberger, Günter (2002), „Kinder lernen Tora: Rabbinische Perspektiven“, in: *Gottes Kinder* [Jahrbuch für biblische Theologie, Bd. 17], hg. von Martin Ebner, Neukirchen-Vluyn: Neukirchner, S. 121–137.
- Süss, Daniel (2004), *Mediensozialisation von Heranwachsenden: Dimensionen, Konstanten, Wandel*, Wiesbaden: VS.
- Tillmann, Klaus-Jürgen (2007), *Sozialisationstheorien: Eine Einführung in den Zusammenhang von Gesellschaft, Institution und Subjektwerdung*, 15. Aufl., Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.



NEWSLETTER

„INITIATIVE FÜR WERTEORIENTIERTE JUGENDFORSCHUNG“



Dieser Newsletter wird herausgegeben von der
Initiative für wertorientierte Jugendforschung am Institut für Ethik &
Werte.

Spenden erbeten an:

FTA e.V., Kto. Nr. 511 02 002, Volksbank Mittelhessen (BLZ 513 900 00),

Verwendungszweck: Ethikinstitut

(Spender erhalten automatisch eine Zuwendungsbestätigung)

www.ethikinstitut.de

www.wert-voll.info