

Inhalt

Einführung:		
Erkenntnisinteresse, forschungsleitende Fragen und Aufbau der Arbeit		11
Teil I		
Theoretische Bezugspunkte		19
1 Die interaktionistische Perspektive auf Sozialisation		23
1.1 Grundverständnis von Sozialisation		23
1.2 Handeln auf der Grundlage von Bedeutungen:		
Der Symbolische Interaktionismus		26
1.3 Das gesellschaftlich handlungsfähige Subjekt nach Geulen		29
1.3.1 Der Begriff des Subjekts		29
1.3.2 Soziales Handeln		31
1.3.3 Perspektivenübernahme		32
1.3.4 Konstruktion der subjektiven Repräsentanz gesellschaftlicher Wirklichkeit		34
1.4 Aneignung von Welt: Die Verinnerlichung von und die Auseinandersetzung mit gesellschaftlicher Erfahrung		35
1.4.1 Aneignung aus der Perspektive der Sozialpädagogik		36
1.4.2 Weiterentwicklungen des Aneignungskonzepts		39
1.4.3 Bedeutung räumlicher Aneignung für die Phase des Heranwachsens		43
1.5 Zusammenfassung		44
2 Aufwachsen in einer entgrenzten Gesellschaft		47
2.1 Jugend als eigenständige Lebensphase		47
2.2 Entwicklung von Identität im Jugendalter		51
2.3 Das Individualisierungstheorem als neue Norm der Diagnose von Gesellschaft		53
2.4 Partizipation als Zielvorstellung gesellschaftlicher Integration		56
2.4.1 Bestimmung des Begriffs Partizipation		56
2.4.2 Formen und Stufen von Partizipation		59
2.4.3 Voraussetzungen für Partizipation		60
2.5 Zusammenfassung		63

3	Zur Rolle der Medien im Prozess der Sozialisation	65
3.1	Medienkonvergenz als Teil des Prozesses der Mediatisierung	66
3.1.1	Der Prozess der Mediatisierung	67
3.1.2	Bestimmung des Begriffs Medienkonvergenz	69
3.1.3	Zusammenfassung	74
3.2	Medienhandeln als soziales Handeln	76
3.2.1	Medien als Teil im Interaktionsprozess zwischen Subjekt und Gesellschaft	76
3.2.2	Mediennutzungsstrukturen von Jugendlichen im Überblick	78
3.2.2.1	Zugänge zu den Medien	78
3.2.2.2	Zuwendung zu ‚klassischen‘ Massenmedien	79
3.2.2.3	Stellenwert multifunktionaler Medien	81
3.2.2.4	Zusammenführung: Veränderungen in den Mediennutzungsstrukturen	84
3.2.3	Sozialisationsforschung im Kontext der Medienentwicklung	85
3.2.3.1	Medienumgebungen und ihre Relevanz für das Aufwachsen	86
3.2.3.2	Identitätsarbeit mit und über Medien	88
3.2.3.3	Lebensweltliche Bedingungen als Rahmen für das Handeln in medialen Räumen	90
3.2.4	Voraussetzungen einer auf Verstehen gerichteten Kinder- und Jugendmedienforschung	93
3.2.4.1	Lebensweltorientierung	94
3.2.4.2	Erweiterungen auf mediale Interaktions- und Gestaltungsformen	95
3.2.4.3	Nachvollzug des subjektiv gemeinten Sinns	96
3.3	Zusammenfassung	96
4	Sozialisation unter Konvergenzbedingungen aus der interaktionistischen Perspektive	99
4.1	Aneignung von Welt – Entgrenzungen von Jugend	99
4.2	Medienhandeln unter Konvergenzbedingungen	99
4.3	Interagieren, gestalten und veröffentlichen mit und über Medien: Erweiterungen für partizipatives Handeln?	101

Teil II

Medienhandeln von Heranwachsenden in konvergierenden Medienwelten – Zentrale Ergebnislinien	103
5 Die Studie „Neue Wege durch die konvergente Medienwelt“	107
5.1 Methodisches Vorgehen	108
5.1.1 Erhebungsinstrumentarium	109
5.1.2 Auswertung	110
5.2 Zusammenfassung der Ergebnisse	113
5.2.1 Die Außengeleiteten – Medien als Konsumraum	113
5.2.2 Die Integrierenden – Medien als Spezialisierungsraum	114
5.2.3 Die Expandierenden – Medien als Lebensraum	115
5.2.4 Die Missionierenden – Medien als Präsentationsraum	116
5.2.5 Die Kreativen – Medien als Gestaltungsraum	116
5.2.6 Die Nicht-Konvergenzbezogenen	117
5.3 Zusammenführung: Stellenwert konvergenzbezogener Medienaneignung in der Lebenswelt	117
5.3.1 Passagen im Medienhandeln der Heranwachsenden	118
5.3.2 Sozialisationsrelevante Dimensionen des Medienhandelns	120
5.3.2.1 Auseinandersetzung mit den eigenen Fähigkeiten und Kenntnissen	120
5.3.2.2 Auseinandersetzung mit dem Sozialen	121
5.3.2.3 Auseinandersetzung mit kulturellen und gesellschaftlichen Themen	122
6 Erweiterungen im Medienhandeln	123
6.1 Neuer Rahmen für das Medienhandeln	125
6.1.1 Zentrale Merkmale jugendaffiner Internetplattformen	126
6.1.2 Möglichkeiten zur Artikulation und Gestaltung auf den Plattformen	129
6.2 Die alltägliche Arbeit an Identitätsfacetten	131
6.2.1 Artikulationsformen von Jugendlichen online	131
6.2.2 Eigenschaften, Merkmale und Fähigkeiten der eigenen Person als Ausgangspunkt	133
6.2.3 Auseinandersetzung mit dem sozialen Umfeld	135
6.3 Die Peergroup als zentraler Bezugspunkt für das Medienhandeln	137
6.3.1 Soziale und kulturelle Verortung	137

6.3.2	Die Erfahrung von Unterstützung in der Peergroup	138
6.4	Zusammenführung	139

Teil III

Erweiterungen für eine Skizze zur Sozialisation mit und über Medien

141

7 Lebenswelt – Medienhandeln – Partizipation

145

7.1	Sozialisation in konvergierenden Medienwelten und Bezüge zum partizipativen Handeln	146
7.2	Mediale Öffentlichkeiten und Partizipation	150
7.2.1	Bestimmung des Begriffs Öffentlichkeit	151
7.2.2	Strukturwandel der Öffentlichkeit und Entwicklung der Massenmedien	152
7.2.3	Kritik am Diskursmodell von Öffentlichkeit	156
7.2.4	Alternative Öffentlichkeiten	158
7.2.5	Öffentlichkeit, Partizipation und Web 2.0	160
7.3	Chancen und Grenzen von Partizipation mit und über Medien	163
7.3.1	Formen von partizipativem Medienhandeln	164
7.3.2	Ungleiche Verteilung der Ressourcen für partizipatives Medienhandeln	168
7.3.3	Anforderungen an partizipatives Medienhandeln in Online-Räumen	173

8 Gesamtzusammenfassung und Fazit

177

8.1	Rahmenbedingungen für die Interpretation des Medienhandelns	177
8.1.1	Sozialisation im interaktionistischen Verständnis	177
8.1.2	Gesellschaftliche Handlungsfähigkeit und Teilhabe	178
8.2	Medienhandeln und seine individuellen, sozialen und gesellschaftlich-kulturellen Dimensionen	180
8.3	Partizipation mit und über Medien	183
8.4	Spannungsfelder und Widersprüche	185
8.4.1	Individualisierung des Medienhandelns und neue Vergemeinschaftungsformen	185
8.4.2	Chancen und Grenzen partizipativen Medienhandelns	186

Literaturverzeichnis

189