



**Gudrun Marci-Boehncke/  
Matthias Rath (Hrsg.):**  
*Jugend – Werte – Medien:  
Der Diskurs.* Weinheim/  
Basel 2006: Beltz Verlag.  
200 Seiten, 26,90 Euro

## Medien als Chance

Die Leistungen von Kindergarten und Schule werden an Erwartungen gemessen, die über die reine Wissensvermittlung hinausgehen. Verkehrserziehung, musische Ausbildung, Vermittlung sozialer Werte: Das Spektrum umfasst weit mehr als bloß den Pisa-Bereich; persönliche, soziale oder politische Bildung lassen sich mit einem global anwendbaren Test kaum abfragen. Ihre Bedeutung darf deshalb keinesfalls geringer eingestuft werden. Mit dem Buch *Jugend – Werte – Medien: Der Diskurs* will die Stiftung Ravensburger Verlag zu einem gesellschaftlichen Diskurs anstiften, der im besten Fall – zusätzlich zu der bereits festgestellten Renaissance der Religion – zu einem Comeback der Werte animieren soll. Der Auftakt einer dreiteiligen Reihe dreht sich daher immer wieder auch um die philosophische Frage, ob es sich beim Wertewandel – kulturpessimistisch etwa im Sinne Noelle-Neumanns interpretiert – um einen Werteverfall handelt oder bloß um Anpassungen immer wieder neuer Generationen an immer wieder neue Zustände, um eine Aktualisierung also „in konkreten Werturteilen“ (S. 10). Außer Frage steht dabei die Rolle der Medien als Ersatz oder zumindest Ergänzung für die klassischen Sozialisationsinstanzen (Familie, Kirche etc.). Die Identität eines Menschen wird tagtäglich neu erfunden, überprüft, korrigiert, ergänzt; sie ist das Ergebnis einer permanenten Auseinandersetzung. Die Medien – allen voran das Fernsehen – bieten dabei ein Identitätsangebot, das in keinem Vergleich zu den Reibungs- und Orientierungsmöglichkeiten frü-

herer Generationen steht; ohne Frage eine Herausforderung für die wissenschaftliche Forschung, die hier noch ein weites Feld vor sich hat. Den ersten Spatenstich hat vor einigen Jahren Dietrich Kerlen getan, der in seiner wegweisenden kulturhistorischen Studie *Jugend und Medien in Deutschland* die Blickrichtung vorgegeben hat: Viel zu ausschließlich konzentriert sich die wissenschaftliche Analyse des kindlichen Medienkonsums seit Jahrzehnten auf das Fernsehen sowie – seit einigen Jahren – auf Video- und Computerspiele, weil die Qualität des Buchs automatisch außer Frage steht. Konvergente Ansätze, die nicht ein Medium herausheben, sondern die ganze Palette als Ensemble begreifen, haben nach wie vor Seltenheit. Nur so aber können Wechselwirkungen festgestellt werden. Nur so lassen sich auch valide Aussagen über die tatsächliche Medienkompetenz eines Kindes machen. Beispielhaft in diesem Sinne ist die Forschung von Helga Theunert (JFF-Institut, München), die gemeinsam mit Ulrike Wagner die Konvergenz im Kinderzimmer in ihrem Beitrag allerdings vor allem quantitativ betrachtet (ein Filmstoff als Hörspiel, als Buch, als Computerspiel; eine beliebte TV-Sendung als Webseite im Internet). Ohnehin stellen die Aufsätze dieses Sammelbands allenfalls einen Anfang dar. Die Mischung der Fachrichtungen ist zwar einerseits reizvoll, verrät aber andererseits auch die Genese des Kompendiums als Dokumentation einer Fachtagung. Immerhin trägt der Band die verschiedenen Positionen zusammen und bietet auf diese Weise einen guten Überblick. Perfekter Einstieg ist daher ein

Aufsatz von Heinz Bonfadelli (Universität Zürich), der 25 Jahre Jugendmedienforschung zusammenfasst und eine Haltung vorgibt, die den Tenor des Buchs vorwegnimmt: Die Autoren betrachten die Medien grundsätzlich als Ressource, nicht als Risiko; für Bonfadelli ist Medienaneignung „sozial verteilte Selbstgestaltung“ (S. 27). Bei aller Absage an übertriebenen Kulturpessimismus vermeiden die Beiträge aber auch jede unangebrachte Euphorie. Die Digitalisierung der Medien mag in bestimmten Bereichen soziale Ungleichheiten nivellieren, kann aber – analog zur Wissenskluft – auch wieder neue Gräben erzeugen. Die Beherrschung Neuer Medien ist daher eine ähnliche Voraussetzung, die Zukunft zu meistern, wie Lesen und Schreiben. Eltern mag es trösten, dass sie durchaus noch eine gewisse Existenzberechtigung haben; selbst wenn Ekkehard Sander und Andreas Lange gleich hinzufügen, dies sei „keine vorbehaltlose Adelung der Familie“ (S. 71). Diskussionen, wie sie immer wieder gern von Ursula von der Leyen angezettelt werden, bezeichnen sie als „Familienrhetorik“ und Nährboden einer „unfruchtbaren Wertedebatte“ (S. 72). Grundsätzlich reizvoll sind auch die Betrachtungen der beiden Herausgeber über die Beziehungen Jugendlicher zu Medienstars, während der Beitrag über das „Todesbild“ in täglichen Serien wie *Gute Zeiten, schlechte Zeiten* zwar Statistiken, aber kaum Schlussfolgerungen bietet.

Tilman P. Gangloff