

**Claudia Wegener:**

*Medien, Aneignung und Identität. „Stars“ im Alltag jugendlicher Fans.* Wiesbaden 2008: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 419 Seiten mit 29 Abb. u. 7 Tab., 39,90 Euro

**Medien, Aneignung und Identität**

Stars und Idole haben eine große Bedeutung in der Kinder- und Jugendkultur. Mit gutem Grund lassen sich sozialisations- und identitätsrelevante Vermutungen aufstellen, die bislang – insbesondere im Jugendalter – jedoch nicht umfassend empirisch erforscht sind. Dieser Frage ging aus einer Perspektive der Medienaneignung das DFG-Projekt von Claudia Wegener zu „Medienbeziehungen und Identitätskonstruktion“ nach, auf dem das besprochene Buch basiert. Das Forschungsziel bestand darin, das Verhältnis von Jugendlichen zu „medialen Bezugspersonen“ mit Blick auf die Aneignungsprozesse der Jugendlichen „möglichst umfassend und perspektivenreich zu beschreiben, Identitätskonstruktionen im Zuge medialer Aneignung zu erfassen und die Auseinandersetzung mit medialen Bezugspersonen als Akt subjektiver Deutungskonstruktion zu begreifen“ (S. 70). Es geht also nicht nur um Stars im engeren Sinne, sondern auch um Vorbilder, Idole, Heldinnen und Helden.

Auf die Diskurse um Vorbilder, Idole und Helden geht Wegener allerdings so weit ein wie notwendig, um die wesentlichen Differenzen aufzuzeigen und um ihren Untersuchungsbereich abzustechen. Sie entwickelt daraus den umfassenden Begriff der „medialen Bezugsperson“, der etwas spröder klingen mag, als empirische Arbeitsgrundlage jedoch gut geeignet ist, während die anderen genannten Kategorien ja in sehr unterschiedlicher, teilweise pädagogisch aufgeladener und normativer Begriffsverwendung stehen.

Im zweiten Kapitel geht es um die theoretische Standortbestimmung, also die Auswertung relevanter Literatur, die Entfaltung von Konzepten wie Identitätskonstruktion, Pluralisierung von Lebenswelten sowie Medienaneignung in den Modi „Identifikation und Projektion“, „Parasoziale Interaktion“ und „Diskursive Konstruktion und soziale Unterstützung“. Das theoretische Gerüst zur Untersuchung medialer Aneignung ist theoretisch anspruchsvoll – entzieht sich allerdings einer „vollständigen empirischen Umsetzung“ (S. 72), so dass wir „nur“ (ebd.) Momentaufnahmen erwarten können. Dies liegt am prozessoralen Charakter von Aneignung, wechselseitigen Beeinflussungen und ständiger Reorganisation.

Methodisch greift Wegener zum einen auf eine Bielefelder Befragung zur jugendlichen Mediennutzung zurück, die sie sekundäranalytisch auswertet. Zweitens führt sie eine Inhaltsanalyse der Zeitschrift „Bravo“ durch, wobei sie sich auf vier wichtige Medienpersonen beschränkt, um Gemeinsamkeiten und Unterschiede der Medienaneignung herausarbeiten zu können. Das ist sinnvoll, fokussiert allerdings wieder stark auf Stars.

Drittens werden „Bravo“-Leserinnen und -Leser online befragt, um subjektive Deutungen zu erheben.

Besonders überzeugt hat mich der aufschlussreiche qualitative Teil, in dem es Wegener gelingt, nicht nur die Repräsentation medialer Bezugspersonen typologisch aufzuschlüsseln, sondern insbesondere auch die Aneignung medialer Bezugspersonen an Fallbeispielen lebensweltnah nachzuzeichnen. Sehr hilfreich für den kontrastiven

Vergleich ist die klare Interpretationsstruktur mit den Perspektiven auf performative Aneignung, Aneignungsmodi, soziale Kontextuierung, Bedeutungszuweisungen/subjektive Lesarten sowie Aneignung in Identitätsprojekten als auch eine Synopse. Wegener gelingt es in ihrer Studie, die unterschiedliche Bedeutung von Medienstars für die Identitätsentwürfe von Jugendlichen nachvollziehbar und überzeugend aufzuzeigen.

Prof. Dr. Ralf Vollbrecht