

<b>Zeitschrift:</b>	Bulletin : Kommunikationswissenschaft = sciences des communications sociales
<b>Herausgeber:</b>	Schweizerische Gesellschaft für Kommunikations- und Medienwissenschaft
<b>Band:</b>	- (1980)
<b>Heft:</b>	11
<b>Artikel:</b>	Die Sozialisationsperspektive in der Massenkommunikationsforschung
<b>Autor:</b>	Bonfadelli, Heinz
<b>DOI:</b>	<a href="https://doi.org/10.5169/seals-790524">https://doi.org/10.5169/seals-790524</a>

### Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

### Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

### Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 14.01.2026

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

Heinz Bonfadelli

Die Sozialisationsperspektive in der  
Massenkommunikationsforschung

Obwohl über den Einfluss der Massenmedien und insbesonders des Fernsehens auf Kinder und Jugendliche schon recht viel geschrieben worden ist, fehlt nach wie vor eine umfassendere und integrale Forschungsperspektive. Hinzu kommt, dass im deutschen Sprachbereich die Forschungslage nach wie vor sehr dürftig ist und spekulative Ueberlegungen, die nicht auf gesichertem Wissen beruhen und oft von Vorurteilen nicht freisind, überwiegen. Dies äussert sich z.B. auf besonders problematische Weise in vielen medienpädagogischen Modellen.

Der diesen skizzenhaften Ueberlegungen zugrunde liegenden Arbeit unterliegt die Ueberzeugung, dass eine Sozialisationsperspektive in der Massenkommunikationsforschung nicht nur sinnvoll sondern auch notwendig ist, wenn man dem Problembereich "Kinder/Jugendliche und Massenkommunikation" systematischer als bis jetzt gerecht zu werden versuchen will.

Die durch technische Medien vermittelte Kommunikation ist für das Funktionieren der heutigen hochentwickelten Industriegesellschaft unentbehrlich geworden. Umgekehrt haben sich die Medien selbst zu hochkomplex organisierten sozialen Institu-

tionen entwickelt. Obwohl also für das einzelne Gesellschaftsmitglied der Umgang mit und der sinnhafte Gebrauch der vielfältigen Kommunikationsmittel für die tägliche Bewältigung der Alltagswirklichkeit immer wichtiger wird, wird die Kommunikationsumwelt selbst immer komplizierter und undurchschaubarer. Kommunikation wird so zum sozialen Problem, das nach Aufklärung verlangt. Chancengleichheit im Informationszugang und in der Informationsverwendung als bildungspolitische Aspekte der Meinungsfreiheit und als Basis jeder demokratischen Gesellschaft werden offenbar nicht per se durch ein erhöhtes Informationsangebot der Medien geschaffen. Für den einzelnen Menschen ist das Hineinwachsen in die verschiedenen Mediensysteme und deren kreative Nutzung und Beherrschung als Kommunikations- und Medienkompetenz immer weniger etwas, das sozusagen automatisch und auf naturhafte Weise vor sich geht. Es deuten sich hier zum Teil ernsthafte Integrationsprobleme zwischen "Informationsbesitzern" und solchen, die nicht über genügend Informationen und Wissen sich zu erwerben vermögen, an. Informationsbarrieren führen offenbar zu sozial unterschiedlich verteilten Chancen der Informationsbeschaffung und -verarbeitung, obwohl, auf die Gesellschaft als Ganzes gesehen, eigentlich genügend Informationen, die öffentlich zugänglich sind, vorhanden sind.

Der Stellenwert der Medien im Leben des einzelnen Kindes und Jugendlichen ist darum nur unter sozialen Gesichtspunkten umfassend zu verstehen. Die Einführung einer Sozialisationsperspektive in die Massenkommunikationsforschung bedeutet so, dass jenen Prozessen und Mechanismen, die das Hineinwachsen in die Institution "Massenkommunikation", die den sinnhaften Gebrauch der Massenmedien und die Entwicklung und Ausdifferenzierung der Medienkompetenz steuern, vermehrte wissenschaftliche Aufmerksamkeit zukommen muss. Dabei ist ein besseres Verständnis jener Faktoren und Prozesse vor allem wichtig, die die Chancen für einen optimalen und sinnhaften Umgang mit den Medien erhöhen, und zwar in Hinblick auf eine bessere Bewältigung der Alltagswirklichkeit jedes einzelnen überhaupt.

Eine Analyse und Kritik der bisherigen Forschung zeigt, dass die Forschungssituation der 60er Jahre durch eine disparate Vielfalt von theoretischen Ansätzen und empirischen Einzeluntersuchungen gekennzeichnet ist. Einerseits gibt es relativ viele deskriptive Befunde zu Fragestellungen wie Mediennutzung, Medienpräferenzen u.a., die aber bezüglich der hier als forschungsleitend vorgeschlagenen Perspektive der Medienkompetenz kaum sinnvoll zu interpretieren sind. Objektive Nutzungsdaten sagen eben sehr wenig aus über das, was Kinder mit den Medien wirklich anfangen, zu was sie sie nutzen, und welches Wissen sie z.B. aus ihnen entnehmen. Andererseits gibt es unzählige, vor allem amerikanische, experimentelle Studien im Rahmen des

klassischen Wirkungsansatzes vor allem zum Problem der Gewalt durch Massenmedien. Medienwirkungen dürfen aber nicht als eindimensionales kausales Wirkgeschehen verstanden werden, dem Kinder als passive Objekte quasi wehrlos ausgesetzt sind. Medienbotschaften werden nämlich nur wirksam im Rahmen der verschiedenen vermittelnden Instanzen wie Familie, Schule oder Kameraden. Nach der Sozialisationsperspektive wird der Heranwachsende wie jedermann auch als aktiv und die Kommunikationsbeziehung mitgestaltender TV-Zuschauer, Radio-Hörer oder Buch-Leser gesehen, der aktiv auswählt, gezielt wahrnimmt und die Medieninhalte nach für ihn charakteristischen Mustern umsetzt und im Alltag anwendet und zwar als Resultat seiner Biographie und Medienkompetenz.

In den 70er Jahren sind in kritischer Auseinandersetzung mit der klassischen Wirkungsforschung und auf der Folie der Rezeption des Symbolischen Interaktionismus einige erfolgversprechende theoretische Ansätze entwickelt worden, die sich in eine Sozialisationsperspektive der Massenkommunikation integrieren lassen. Sie alle gehen vom kommunikativen und medialen Verhalten des Rezipienten aus, das sie als aktives und sinnhaftes soziales Handeln begreifen. Dieses Verständnis der Medienzuwendung des Heranwachsenden geht dabei weit über die bislang verwendeten Indikatoren der Mediennutzung hinaus. So ist denn heute eine breite Palette von theoriebezogenen Konstrukten der Medien-Interaktion verfügbar, die verschiedenste Aspekte der Medien-

selektion wie der Medienrezeption abdecken. Zu nennen wäre hier zunächst der Uses and Gratifications Approach, der die verschiedenen subjektiven Mediennutzungsfunktionen analysiert, die die Medien für ihre Benutzer erfüllen können. Interessant und wichtig sind auch Ansätze, die sich mit dem aktiven Informationssuchverhalten der Heranwachsenden beschäftigen und untersuchen, unter welchen Umständen bestimmte Medien Zielgerichtet für die Lösung bestimmter Informationsprobleme des Alltags genutzt werden. Wieder andere Theorien befassen sich mehr mit den kognitiven und emotionalen Aspekten der Medien-Interaktion selbst wie Identifikation, parasoziale Interaktion und deren Konsequenzen bezüglich des Informationstransfers. Interessant und immer wichtiger werden auch Arbeiten, die sich mit den Aufmerksamkeits- und Wahrnehmungsprozessen bezüglich der Medienaussagen unter einer entwicklungspsychologischen Perspektive befassen. Im Bereich der Interpretation und Umsetzung sowie Anwendung der rezipierten Medienbotschaften ist die Frage nach Einstellungsänderungen abgelöst worden durch Konzepte wie Wissensstand, Wissenszuwachs oder kognitive Strukturierung. Hier steht etwa die Frage im Vordergrund, wie Kinder die Medienrealität wahrnehmen und ob sich dies unter Umständen auf die Perzeption ihrer Alltagsrealität auswirkt. Daran schliesst sich die Vermutung an, dass sich bei starken TV-Sehern vielleicht Verzerrungen in ihren Wirklichkeitsauffassungen als Folge der für wirklich gehaltenen Me-

dienrealität nachweisen lassen, wie erste und noch vorläufige Befunde andeuten.

Diese wenigen Hinweise können natürlich nur andeuten, dass im Bereich "Kinder und Massenmedien" in jüngster Zeit eine Vielfalt neuer Fragestellungen und theoretischer Ansätze entwickelt worden sind, die sich in fruchtbarer Weise in ein sozialisationstheoretisch fundiertes Paradigma integrieren lassen. Sie alle gehen nämlich davon aus, dass der Prozess der Mediensozialisation nicht losgelöst von bestimmten konkreten Sozialisationskontexten betrachtet werden kann, sondern immer zurückbezogen werden muss auf den Prozess der persönlichen Bewältigung der Alltagswirklichkeit in diesen verschiedenen sozialen Strukturen, dass die im Prozess der Mediensozialisation erworbenen Kommunikations- und Mediennutzungsmuster also befragt werden müssen hinsichtlich ihrer Funktionen bezüglich des Handelns in diesen Kontexten.

Heinz Bonfadelli ist Verfasser einer Dissertation zum Thema: Die Sozialisationsperspektive in der Massenkommunikationsforschung. Neue Ansätze. Methoden und Resultate zur Stellung der Massenmedien im Leben der Kinder und Jugendlichen. Und ist für diese mit dem Christian-Padrutt-Preis des Publizistischen Seminars der Universität Zürich ausgezeichnet worden.