

Lothar Mikos/Claudia Töpper

»Man müsste das Gefühl haben, dass ich was verändern kann«

Jugend, Medien, Politik

Jugendliche, vor allem aus bildungsfernen Milieus, haben wenig politisches Basiswissen und stehen politischen Institutionen eher ablehnend gegenüber. Sind sie daher prinzipiell uninteressiert an Politik? Nicht unbedingt, wie Studien zeigen. Politische Orientierungen sollten an Alltagsthemen entwickelt und Inhalte der politischen Bildung in populären Medienformaten aufbereitet werden.

In den vergangenen Jahren hat sich eine These öffentlich behauptet, die besagt, dass sich die Jugendlichen in unserer Gesellschaft immer mehr von der Politik abwenden und man deshalb von einer entpolitisierten Jugend sprechen kann. Diese These wird allerdings auch nicht dadurch wahrer, dass man sie ebenso stereotyp wie gebetsmühlenartig wiederholt. Wenn man sich die Sache differenzierter anschaut, dann muss man einerseits verschiedene Politikbegriffe unterscheiden und sich andererseits mit generellen gesellschaftlichen Trends befassen. Zunächst einmal kann zwischen traditioneller, institutionalisierter Politik (der Staat und seine Institutionen) und einer Politik unterschieden werden, die mehr an nicht staatlichen Aktivitäten und kulturellen Praktiken ausgerichtet ist (soziale Bewegungen und kulturelle Phänomene). In Bezug auf die staatliche

Institutionenpolitik ist in der Gesellschaft eine generelle Politikmüdigkeit festzustellen, die sich u. a. in immer geringerer Wahlbeteiligung und Mitgliederschwind bei den klassischen Parteien zeigt. Wenn dann in diesem Zusammenhang von Politikferne der Jugendlichen gesprochen wird, muss man bedenken, dass dies genauso auf die Erwachsenen zutrifft.

Jugendliche Vergemeinschaftungsformen werden für die Politisierung immer wichtiger

In Bezug auf nicht staatliche Aktivitäten und kulturelle Phänomene muss festgehalten werden, dass sie sehr politisch sein können, weil sich in ihnen sowohl Formen sozialen Protests zeigen als auch gemeinsame Werthaltungen zu kollektiven Zusammenschlüssen führen, über die soziale und politische Interessen artikuliert werden. Jugendliche Vergemeinschaftungsformen wie Peer-Groups, Fangruppen, Szenen, Subkulturen etc. werden für die Sozialisation von Jugendlichen und damit auch für ihre Politisierung immer wichtiger. Dies wurde bereits 1997 im Rahmen der 12. Shell Jugendstudie festgestellt: »Cliques, Lebensstilszenen und andere altershomogene Gruppen wur-

den im Zuge der Verlängerung von Ausbildungszeiten zu wichtigen Einflussgrößen in der Jugendsozialisation und gingen mit der Ausgliederung Jugendlicher aus den vertikalen – und von den Erwachsenen dominierten – Sozialisationsräumen einher, ein für den Rollenerwerb in der modernen arbeitsteiligen Gesellschaft wohl notwendiger Prozess« (Fritzsche 1997, S. 374). In reflexiv modernen Gesellschaften sind dabei die Medien, insbesondere das Fernsehen, von nicht unwesentlicher Bedeutung. In den Medien werden die symbolischen Ressourcen kommuniziert, die in den jugendlichen Szenen und Gruppierungen eine Rolle bei der Entwicklung von gemeinsamen Werthaltungen spielen. Vor dem Hintergrund der Mediennutzung in den verschiedenen Milieus und Szenen bilden die Jugendlichen ästhetische und kulturelle Praktiken aus, innerhalb derer sich auch politische Orientierungen entwickeln. In diesem Kontext hat Nicole Pfaff Jugendliche in der Gothic- und der Hip-Hop-Szene auf ihre Politisierung in den Subkulturen hin untersucht. Sie kommt zu dem Ergebnis, dass die Jugendlichen »für sich selbst kaum Chancen zur politischen Partizipation« sehen, ihr Verständnis von Politik aber »grundverschieden« ist: »Die Jugendlichen in der Gothic-Punk-Szene deuten politische Beteiligung zunächst als Zugang politischer Parteien zu ihren



Wählern und politisches Handeln als Erhalt von Wählerstimmen und damit als Zugang zu politischer Macht. Dagegen bestimmen die Hip-Hop-Gruppen politischen Einfluss als Zuweisung von Ressourcen sowie als Organisation von Angeboten für benachteiligte Gruppen in der Gesellschaft« (Pfaff 2006, S. 276 f.). Ohne näher auf das konkrete Politikverständnis dieser beiden Jugendkulturen einzugehen, kann festgehalten werden, dass sich jugendkulturelle Szenen und Subkulturen nicht nur durch ästhetisch-stilistische Merkmale unterscheiden, sondern auch durch politische Orientierungen und das in den Szenen herrschende gemeinsame Deutungsmuster von Politik.

Populäre Medien spielen für die Konstitution von jugendkulturellen Szenen, Subkulturen und Cliques sowie für die Identitätsbildung von Jugendlichen eine wichtige Rolle (vgl. Fritzsche 2003; Mikos 1999; Wierth-Heining 2004; Willis 1991). Reality- und Datingshows, Soap Operas und Telenovelas, Fantasy- und Science-Fiction-Serien, Boulevardmagazine und Daily Talks sowie Fernsehsender mit jugendaffinen Programmen wie MTV und VIVA gelten nicht unbedingt als Hort politischer Information, sondern als politikfern. Wenn man aber die Politisierungseffekte von Cliques und Jugendkulturen bedenkt, tragen diese Programmformen und Sender sicher mit zur Politisierung von Jugendlichen bei, auch wenn das nicht sehr offensichtlich ist. Dies ist vor allem vor dem Hintergrund interessant, dass bildungsferne Jugendliche fast ausschließlich populäre Medien konsumieren, während Jugend-



liche mit formal höherer Bildung nicht nur diese, sondern auch andere Medien nutzen. Vor allem die Nutzungsdauer des Fernsehens ist bei den bildungsfernen Jugendlichen erheblich länger (vgl. Feierabend/Klingler 2006, S. 139 f.). Vor diesem Hintergrund wurden in einer Studie im Auftrag der Bundeszentrale für politische Bildung insgesamt 60 Jugendliche aus bildungsfernen Milieus zu ihrem Politikverständnis und ihrem Medienkonsum befragt (vgl. Töpfer/Mikos 2006), um die Rolle populärer Medien bei der Politisierung zu untersuchen.

Politikverständnis bildungsferner Jugendlicher

Es zeigte sich, dass die befragten Jugendlichen sich eher wenig für Politik im traditionellen, institutionalisierten Sinn interessieren. Sie beschäftigen sich zwar mit gesellschaftlichen Problemen, politischen Institutionen und ihren Handlungsträgern stehen sie jedoch eher ablehnend gegenüber. Vorherrschend ist ein enger Politikbegriff, der sich auf Formen institutionalisierter Politik bezieht, die ihnen aber als entfernt von ihrer eigenen Lebenswirklichkeit erscheint und nicht als Chance für die und Prozess der Gestaltung des eigenen Lebensalltags gesehen wird.

Dieser Befund deckt sich mit den Einschätzungen von Farin (2005) und Zinnecker u. a. (2003) im Hinblick auf das Politikverständnis der gegenwärtigen Generation von Jugendlichen. Aufgrund mangelnden Wissens über die Funktionsweisen einer De-

mokratie erkennen die befragten Jugendlichen auch nicht die Bedeutung von Politik für eine demokratisch verfasste Gesellschaft und die Möglichkeit der Partizipation an politischen Entscheidungsprozessen. Eine aktive Teilnahme am parlamentarisch-demokratischen System ist für die von uns befragten Jugendlichen dementsprechend vollkommen abwegig, womit ein essenzielles Sozialisationsziel verfehlt zu sein scheint (vgl. Hurrelmann 2001).

Der Begriff »Politik« wird von den Befragten primär negativ konnotiert und mit der institutionellen Dimension (»polity«) und mit Personen verknüpft. Allerdings werden explizite Werthaltungen, politische Handlungsspielräume und überhaupt ein Interesse an politischen Themen (»policy«) artikuliert. Sie basieren im Wesentlichen auf Resignationen, die mit der Angst um den eigenen Ausbildungs- und Arbeitsplatz sowie mit finanziellen Nöten verbunden sind. Prinzipiell fehlt den befragten Jugendlichen der Zugang zu Politik und zur politischen Bildung. Sie fühlen sich nicht angesprochen, haben kaum Visionen und zeigen keinerlei Mitgestaltungswillen oder Beteiligungsbereitschaft (»politics«), um ihre Situation für sich und andere zu ändern. Primär nehmen sie diesbezüglich eine defensive Haltung ein. Sie fordern aber, dass PolitikerInnen sie und ihre Belange mehr wahrnehmen und vor allem ernst nehmen sollen. Die befragten Jugendlichen verlangen allgemein von den verantwortlichen PolitikerInnen kurzfristige Handlungsoptionen, Perspektiven und Erfolge. Zugleich missbilligen sie deren Rhetorik der Versprechungen und deren Handlungspraxis.

Wo kann medial vermittelte politische Bildung ansetzen?

Aufgrund des geringen Interesses und ihres mangelnden politischen Basiswissens sind politische Handlungs-

kompetenz und politische Urteilsfähigkeit für die Jugendlichen keine hinreichenden Motive für eine Nutzung von Angeboten politischer Bildung. Medial vermittelte politische Bildung muss versuchen, an die Themen anzuknüpfen, die Jugendliche interessieren, und muss versuchen, diese entsprechend ihrer Alltagsästhetik aufzubereiten.

Damit medial vermittelte politische Bildung dort anschließen kann, ist es neben der Kenntnis der alltäglichen Kommunikationsgewohnheiten der Zielgruppe wichtig zu wissen, welche Alltagsästhetiken und Themen deren Leben bestimmen. Vor diesem Hintergrund klagen die befragten Jugendlichen auch mehr Lebensweltnähe ein, d. h. politische Bildung muss sich mehr in ihren ästhetischen und kulturellen Praktiken finden.

Sie sehen eine Lücke zwischen der Politik und ihren Institutionen sowie der politischen Bildung auf der einen und ihrem alltäglichem Lebensumfeld auf der anderen Seite. Insbesondere medial vermittelte politische Bildung für bildungsferne Jugendliche sollte in anschaulicher Form auf die Lebenswelt der Jugendlichen Bezug nehmen, um politisierend wirken zu können.

Als besonders drängende Themen werden vor allem Arbeitslosigkeit und Ausbildungsplatzsuche genannt. Darüber hinaus wünschen sich Jugendliche mehr übersichtliche Informationen über die Ziele der einzelnen Parteien und Informationen zur Wirtschaftslage (Benzinpreis, Erhöhung der Mehrwertsteuer). Auch reklamieren sie mehr politisches Basiswissen (Aufklärung über politische Grundbegriffe) und schlagen die Vermittlung folgender politischer Inhalte vor:

- Was ist eine Demokratie und wie funktioniert sie?
- Wie funktioniert das Steuersystem?
- Wie ist der Staatshaushalt aufgebaut?

- Was passiert im Bundeskanzleramt?
- Wie sieht der Bundestag aus?

Auch wären sie im Prinzip sehr offen für Themen der Bildungs-, Umwelt- und Familienpolitik, wenn sie nur inhaltlich, ästhetisch und dramaturgisch so aufbereitet wären, dass sie nicht langweilig, sondern vor allem unterhaltend und verständlich sind. Die Jugendlichen sind schnelle und visuell anspruchsvolle Sendungen gewöhnt. Mit diesen Maßstäben messen sie medial vermittelte politische Bildung. Dementsprechend erwarten sie keine problemorientierten Inhalte, die sie als langweilig wahrnehmen, sondern eine ästhetisch und dramaturgisch anspruchsvolle Aufbereitung politischer Themen. Hinzu kommt die Tatsache, dass medial vermittelte politische Bildung für bildungsferne Jugendliche, deren sprachliche Kompetenz zum Teil schwach ausgebildet ist, visualisiert werden muss. Die Orientierung an unterhaltenden Formaten und Angeboten birgt zwar immer auch die Gefahr der Verkürzung und Verknappung, hat andererseits jedoch auch das Potenzial, nicht interessierte Jugendliche erstmals in eine politische Auseinandersetzung hineinzuziehen. In ihren Vorschlägen bzw. Verbesserungen zu medial vermittelter politischer Bildung orientieren sich die befragten Jugendlichen primär an populären Unterhaltungsformaten, die sie meistens auf ProSieben oder RTL rezipieren:

- *Politikvermittlung durch Talkshows mit Jugendlichen und (jugendlichen) PolitikerInnen:*
Die Gäste sollten Jugendliche und (jugendliche) PolitikerInnen sein, mit der Möglichkeit der Zuschauerbeteiligung durch das Saalpublikum und Call-Ins.
- *Comedy-Shows:*
Politische Sendungen sollten, laut Aussage der Jugendlichen, humorvoll sein, um Interesse zu wecken. Peter (18) aus Brandenburg meint dazu:

»Ja, lässig, spaßmäßig so. Das nicht so ernst sehen, alles. Manchmal ist das ganz schön krass, aber man muss es eben spaßig rüberbringen. Man muss auch lachen können.«

- *Soap Operas:*

Politische Informationen könnten nach Meinung der Jugendlichen in fiktionale Formate eingeflochten werden. Dabei geht es ihnen nicht um kurze Gastauftritte von PolitikerInnen, sondern um die Vermittlung von Inhalten. Die 16-jährige Jaqueline aus Berlin-Wedding sagt dazu:

»Zum Beispiel in so einer Serie. Halt in einen Film einbauen, wo die Schüler auch zur Schule gehen und dann vielleicht über Politik quatschen. Es darf nicht so ein Film sein, der nur über Politik ist, sondern das muss auch mit anderen Sachen verwoben sein, mit Comedy oder so was. Und dann trotzdem ein bisschen Politik mit rein.«

Bei den Lieblingssendungen der Jugendlichen liegt die Soap Opera *Gute Zeiten – Schlechte Zeiten* ganz vorn. Soap Operas als serielle Formate bieten ein Gefühl von Kontinuität. Dementsprechend können sie als ein Stabilisator von bildungspolitischen Inhalten fungieren. Außerdem bietet das Format die Möglichkeit, Inhalte konkret, anschaulich und alltagsnah aufzubereiten.

- *Boulevardmagazine:*

Die aus Boulevardmagazinen bekannte Form der Ansprache durch Emotionen und Sensationen könnte nach Aussage der Befragten auch für politische Informationsvermittlung genutzt werden, um bei den Jugendlichen Aufmerksamkeit zu erreichen. Besonders interessieren sie sich dabei für sogenannte »Homestories« und persönliche Fallbeispiele. Dazu sagt Maren (22) aus Berlin-Wedding:

»Vielleicht auch mehr Fallbeispiele. Das würde mehr auch das Interesse der Menschen wecken. Wenn da jemand sitzt und dem ist das und das passiert und ich bin

dann wieder rausgekommen aus dem Dope oder Methadonprogramm, dann gucken sich das die Leute auch mehr an, weil das Interesse weckt.«

Eine »Boulevardisierung« von Themen beinhaltet immer auch eine inhaltliche Reduktion, Verzerrung und Verkürzung eigentlich komplexer Thematiken. Dagegen steht jedoch eine Veranschaulichung und Verlebendigung durch die Personalisierung. Unterhaltsame Geschichten bergen das Potenzial, politische Probleme und Lösungsansätze über die übliche Reichweite der prinzipiell an Politik Interessierten hinaus zu vermitteln. Zusätzlich kann die Form der Personalisierung der Inhalte den Jugendlichen helfen, das Wissen in ihre Lebenswelt zu übertragen. Ein Bezug zu ihrem Lebensalltag ist dabei überaus wichtig. Fehlt der Alltagsbezug zum Leben der Jugendlichen, werden auch vermeintlich jugendaffine Themen als langweilig beurteilt.

Das Hauptmotiv der befragten bildungsfernen Jugendlichen für ihr mangelndes politisches Interesse ist die Auffassung, dass sie keinen Einfluss nehmen und dementsprechend auch nichts an den Umständen ändern können. »Man müsste mir halt das Gefühl geben, dass ich was verändern kann«, antwortet der 17-jährige Bülent aus Berlin-Neukölln auf die Frage, wie man sein Interesse wecken könnte. Das Beispiel zeigt: Bildungsferne Jugendliche benötigen neben einer Lebensweltorientierung auch eine Handlungsorientierung, die an den Grundbegriffen politischer Partizipation ansetzt.

Lebensweltorientierung und Handlungs- orientierung bieten

Die Ergebnisse der Studie zeigen, dass die bildungsfernen Jugendlichen

einerseits ein klassisches Politikverständnis haben, dass sie andererseits aber politische Orientierung von den von ihnen häufig genutzten populären Fernsehformaten erwarten. Wie sich an den sie interessierenden Themen zeigt (Angst um Ausbildungs- und Arbeitsplatz, finanzielle Ressourcen) erwächst ihr Politikverständnis aus den konkreten Anforderungen ihrer Lebenssituationen – und von der hat sich die institutionalisierte Politik weit entfernt. Wenn man



davon ausgeht, dass sich Politikverständnis und politische Orientierungen im sozialen Beziehungsgefüge der Jugendlichen in den bildungsfernen Milieus entwickeln, dann ist dies auch über die Nutzung der populären Medien entstanden. Die befragten Jugendlichen befinden sich daher in einem Dilemma: Die von ihnen genutzten populären Fernsehformate haben dazu beigetragen, dass sie kein Vertrauen in die institutionalisierte Politik entwickeln, zugleich erwarten sie aber von genau diesen Formaten einen stärkeren Beitrag zu ihrer Politisierung, verstanden vor allem als Eröffnung der Chance zur politischen Partizipation. Diesem Dilemma liegt ein strukturelles Problem zugrunde: Die staatliche, institutionalisierte Politik hat sich von der Lebenswirklichkeit nicht nur der Jugendlichen entfernt. Auf der anderen Seite hat sich in den Lebenswirklichkeiten der verschiedenen jugendlichen Cliques, Szenen und Milieus ein eigenes Politikverständnis entwickelt, das seinen Ausgangspunkt in den konkreten Lebensbedin-

gungen hat und sich auch über ästhetische und kulturelle Praktiken ausdrückt. Im Mittelpunkt dieses Politikverständnisses steht für die bildungsfernen Jugendlichen die Eröffnung von Lebenschancen und der dadurch gegebenen Möglichkeit der sozialen und politischen Partizipation. Denn Politik ist für Jugendliche vor allem mit ökonomischen Ressourcen verbunden, die sich erst über Arbeitsverhältnisse ergeben. Nicole Pfaff (2006, S. 276) stellt denn auch in ihrer Untersuchung fest: »Alle Gruppen in den untersuchten jugendkulturellen Kontexten nehmen ökonomische Deutungen von Politik vor, indem sie finanzielle Ressourcen als Voraussetzung für politisches Engagement verstehen.« Die Jugendlichen durchschauen gewissermaßen die Mechanismen staatlicher Politik und siedeln diese fern ihrer Lebenswelt an, während sie die eigenen politischen Orientierungen, gewonnen aus der medialen und sozialen Kommunikation in ihrem konkreten Lebensumfeld, offenbar nicht als explizit politisch wahrnehmen.

Populäres Fernsehen und Politisierung

Populäre Fernsehformate, die in jugendlichen Cliques, Szenen und Milieus eine Rolle spielen und deren politische Orientierungen mitformen, könnten in der Lage sein, zwischen den beiden Welten der Politik der Jugendlichen – der staatlichen und der lebensweltlichen – zu vermitteln. Dazu würde einerseits gehören, das von den befragten bildungsfernen Jugendlichen eingeklagte politische Basiswissen in die populären Formate zu integrieren und dort im Rahmen von Talks, Serienhandlungen und Spielen zu vermitteln. Politische Bildung wäre in dem Sinn als »Entertainment-Education« (Singhal/Rogers 1999) zu begreifen. Wichtige politische Werte und ethische Prinzipien

der demokratischen Gesellschaft werden dabei in die Handlungen von Daily Soaps, Familien- oder Krimiserien, Zeichentrickserien und Animes sowie Musiksendungen integriert. Andererseits ist es ebenfalls notwendig, die Orientierungen der Jugendlichen, die sie durch populäre Fernsehformate erworben haben, als politische kenntlich zu machen, und das Bewusstsein der Jugendlichen dafür zu schärfen. Jugendliche, die sich mit Gleichaltrigen über ihre Lieblingssoap wie *GZSZ*, über Realityshows wie *Big Brother*, über Datingshows wie *Dismissed*, über Castingshows wie *Popstars* und über die neuen Videoclips von Popstars und Musikgruppen unterhalten, handeln in der sozialen Kommunikation nicht nur die Bedeutung des Gesehenen aus, sondern auch ihre Haltungen zur Welt, oder wie es Maya Götz einmal in Bezug auf die Daily-Soap-Rezeption von Mädchen formuliert hat, ihr Verständnis von »Sein-in-der-Welt« und »Sein-in-Beziehung« (Götz 2002, S. 311).

*In den Haltungen zu
Popmusik und Realityshows
drücken sich politische
Orientierungen aus*

Gerade in den Haltungen zur Popmusik und zu Realityshows drücken sich politische Orientierungen aus, werden hier doch vor allem Fragen der Authentizität und des Konsums, von Widerstand und Inkorporation verhandelt (vgl. dazu exempl. die Beiträge in Neumann-Braun 1999; Neumann-Braun et al. 2003; Mikos et al. 2000, S. 153 ff.). Gerade für die jugendliche Sozialisation, die immer auch eine Politisierung ist, haben jugendaffine Sender wie MTV und VIVA sowie jugendaffine Fernsehformate wie Daily Soaps, Realityshows, Serien und insbesondere für bildungsferne Jugendliche auch Daily Talks und Boulevardmagazine eine große Bedeutung. Die ehemals deut-

lich als Musikkanäle positionierten Sender MTV und VIVA haben sich in den vergangenen Jahren in der Primetime sehr stark von Musiksendungen weg und hin zu Infotainment-Formaten, Personality- und Realityshows sowie Serienformaten und Animes bewegt (vgl. Neumann-Braun/Mikos 2006, S. 115 ff.). Daher bieten diese beiden Sender und die Sender ProSieben und RTL, auf denen die meisten jugendaffinen Formate zu sehen sind, eine geeignete Plattform, um einen Beitrag zur Politisierung von Jugendlichen zu leisten. Dabei müssen sich die Autoren, Produzenten und Redakteure von populären Formaten stärker ihrer sozial-ethischen Verantwortung für die politische Bildung von Jugendlichen in Infotainment- und Unterhaltungsformaten bewusst werden. Zugleich müssen sie in diesen Formaten die Vermittlung von institutionalisierter, staatlicher Politik und der lebensweltlichen, politischen Orientierung vorantreiben. Denn letztlich geht es darum, allen Jugendlichen die Chancen politischer Partizipation aufzuzeigen und damit dem Wunsch Bülents nachzukommen, den er im Rahmen unserer Studie äußerte: »Man müsste mir halt das Gefühl geben, dass ich was verändern kann.« ■

LITERATUR

Farin, Klaus: *generation-kick.de. Jugendsubkulturen heute. 2. Aufl., München: Beck 2002.*

Feierabend, Sabine; Klingler, Walter: *Was Kinder sehen. Eine Analyse der Fernsehnutzung Drei- bis 13-Jähriger 2005. In: Media Perspektiven -/2006/3, S. 138-153.*

Fritzsche, Bettina: *Pop-Fans. Studie einer Mädchenkultur. Opladen: Leske u. Budrich 2003.*

Fritzsche, Yvonne: *Jugendkulturen und Freizeitpräferenzen: Rückzug vom Politischen? In: Jugendwerk der Deutschen Shell (Hrsg.): Jugend '97. Zukunftsperspektiven, gesellschaftliches Engagement, politische Orientierungen. Opladen: Leske u. Budrich 1997, S. 343-377.*

Götz, Maya: *Die Daily Soap als Begleiterin durch die weibliche Adoleszenz. In: Götz, Maya (Hrsg.): Alles Seifenblasen? Die Bedeutung von Daily Soaps im Alltag von Kindern und Jugendlichen. (Edition Television) München: kopaed 2002, S. 303-318.*

Hurrelmann, Klaus: *Warum die junge Generation politisch stärker partizipieren muss. In: Das*

Parlament. Beilage. Aus Politik und Zeitgeschichte -/2001/44, S. 3-6.

Mikos, Lothar: *Erinnerung, Populärkultur und Lebensentwurf. Identität in der multimedialen Gesellschaft. In: Medien Praktisch 23/1999/1 (Heft 89), S. 4-8.*

Mikos, Lothar; Feise, Patricia; Herzog, Katja; Prommer, Elizabeth; Veihl, Verena: *Im Auge der Kamera. Das Fernsehereignis Big Brother. Berlin: Vistas 2000.*

Neumann-Braun, Klaus (Hrsg.): *Viva MTV! Popmusik im Fernsehen. Frankfurt a. M.: Suhrkamp 1999.*

Neumann-Braun, Klaus; Mikos, Lothar: *Videoclips und Musikfernsehen. Eine problemorientierte Kommentierung der aktuellen Forschungsliteratur. Berlin: Vistas 2006.*

Neumann-Braun, Klaus; Schmidt, Axel; Mai, Manfred (Hrsg.): *Popvisionen. Links in die Zukunft. Frankfurt a. M.: Suhrkamp 2003.*

Pfaff, Nicole: *Jugendkultur und Politisierung. Eine multimethodische Studie zur Entwicklung politischer Orientierungen im Jugendalter. Wiesbaden: VS Verlag 2006.*

Singhal, Arvind; Rogers, Everett M.: *Entertainment-education. A communication strategy for social change. Mahwah, NJ u. a.: Lawrence Erlbaum Assoc. 1999.*

Töpfer, Claudia; Mikos, Lothar: *Chancen und Grenzen medienvermittelter politischer Bildung für bildungsbenachteiligte Jugendliche. In: Diskurs Kindheits- und Jugendforschung 1/2006/3, S. 399-412.*

Wierth-Heining, Mathias: *Filmrezeption und Mädchencliquen. Medienhandeln als sinnstiftender Prozess. München: kopaed 2004.*

Willis, Paul: *Jugend-Stile. Zur Ästhetik der gemeinsamen Kultur. Hamburg/Berlin: Argument 1991.*

Zinnecker, Jürgen; Behnken, Imbke; Maschke, Sabine; Stecher, Ludwig: *null zoff & voll busy. Die erste Jugendgeneration des neuen Jahrhunderts. (2. Aufl.) Opladen: Leske u. Budrich 2003.*

DIE AUTORiNNEN



Lothar Mikos, Dr. phil. habil., ist Professor für Fernsehwissenschaft an der Hochschule für Film und Fernsehen »Konrad Wolf« in Potsdam-Babelsberg.



Claudia Töpfer, Dipl.-Medienwiss., ist wissenschaftliche Mitarbeiterin im Studiengang Medienwissenschaft – Analyse, Ästhetik, Publikum an der Hochschule für Film und Fernsehen »Konrad Wolf« in Potsdam-Babelsberg.