

„Nein, das hat es bei uns noch gar nicht gegeben.“ (Birgit, Z 116) Aufwachsen mit Medien in einer prä-digitalen Zeit

KATHARINA BIRINGER

Institut für Creative\Media\Technologies, University of Applied Sciences, St. Pölten

Abstract

Im vorliegenden Beitrag werden Teilergebnisse eines Projekts vorgestellt, das sich mit der Mediensozialisation bildungsarmer Erwachsener beschäftigt, die bereits beim Aufkommen digitaler privat genutzter Medien im jungen Erwachsenenalter waren. Die theoretische Basis bilden der Mediatisierungsansatz, die praxeologische Mediensozialisationsforschung und die Theorie des sozialen Raums nach Bourdieu. Der Artikel zeigt zum einen die Bedeutung von sozioökonomischen und sozio-emotionalen Faktoren in der Kindheit und Jugend für den weiteren Lebensverlauf auf. Der mediale Habitus der Eltern beeinflusst damit wesentlich die Mediensozialisation der Heranwachsenden. So werden beispielsweise Medienroutinen der Eltern in den eigenen Alltag im Erwachsenenalter übernommen. Außerdem zeigen sich ab der Jugend geschlechtsspezifische Unterschiede im Medienhandeln. In der Mediennutzung dominieren audiovisuelle Medien und populäre Inhalte. Zum anderen geht der Beitrag auf die Wahrnehmung des Medienwandels durch die Zielgruppe ein. Die Praktikabilität im Alltag ist dabei der vorherrschende Motivationsfaktor für die private Nutzung digitaler Medien. **Überforderung, sozialer Druck und ein großes Sicherheitsbedürfnis sind negative mit dem Medienwandel in Verbindung gebrachte Phänomene.**

Keywords: *Mediensozialisation, medialer Habitus, Medienbiografie, Medienwandel, Mediatisierung, Bildungsarmut*

Birgit ist mit ihren 54 Jahren in der jüngeren Hälfte der Stichprobe anzusiedeln, die für die Untersuchung der Mediensozialisation bildungsarmer Erwachsener in Österreich ausgewählt wurde. Sie wuchs daher, so wie alle Interviewpartner*innen, ohne digitale Medien auf.

Es ist empirisch gut belegt, dass verschiedene Altersgruppen Medien anders nutzen und ihnen gegenüber unterschiedlich begegnen (s. u.a. Gadringer et al. 2025; mpfs, 2024a; mpfs, 2024b; Hepp et al. 2022). Oft werden sie zu Mediengenerationen (z.B. Hepp et al., 2022) zusammengefasst. Von diesem Generationenbegriff wird im Artikel Abstand genommen, da er die 24 Jahre Altersunterschied umfassende Zielgruppe zu einer geschlossenen Einheit anhand des Alters zusammenfassen würde, die sie so nicht ist. Eine analytische Untersuchung, die mit dem Generationenbegriff arbeitet, würde dabei die gesellschaftliche Komplexität reduzieren (Beck, 2024, 49) und dem Alter zu viel Aufmerksamkeit schenken.

Dennoch gibt es gewisse Unterschiede in der (Nicht) Nutzung von Medien, bei denen die Alterskohorte einen wesentlichen Einfluss hat. So unterscheiden sich unterschiedliche Altersgruppen in Bezug auf die Nutzung digitaler Medien. Die Nutzungsdauer des Internets sinkt mit steigendem Alter (Kamin & Sonnenschein, 2022, 811; Hepp et al. 2022). Dabei ist das Medienhandeln Erwachsener eng mit den Lebensverhältnissen und mit längerfristigen und lebenslangen Sozialisationsprozessen verwoben (Kamin & Sonnenschein, 2022, 813).

„Medien rahmen, begleiten, moderieren und konstituieren Erlebnisse und Erfahrungen entscheidend mit und sind als solche an der Persönlichkeitsgenese, der individuellen wie kollektiven Geschichte des Menschen mehr und mehr beteiligt.“ (Hartung, 2010, 94)

Die Dispositionen, Bewertungen und Erfahrungen, die auf das Medienhandeln ausgerichtet sind, vereinen sich im medialen Habitus des Individuums. Er ist Teil des allgemeinen Habitus und wird vom Besitz der drei Kapitalarten ökonomisches, soziales und kulturelles Kapital beeinflusst (Trültzsch-Wijnen, 2020, 281-286). Der mediale Habitus manifestiert sich im medialen Geschmack als eine spezifische Ausdifferenzierung des Geschmacks. Er ist dadurch „das Produkt eines Sozialisationsprozesses“ (Kommer, 2013, 14).

Zum kulturellen Kapital zählt u.a. die Bildung des Individuums (Bourdieu, 2010, 274) und damit auch die Medienbildung (Trültzsch-Wijnen, 2020, 285f.). Bourdieu (2016) definiert die Bildung als einen wesentlichen Faktor, der über die Position im sozialen Raum und damit über die Handlungsoptionen entscheidet. Ein Defizit an formaler Bildung ist das zweite Charakteristikum, das die Interviewpartner*innen eint. Sie sind formal bildungsarm, d.h. sie verfügen über keinen Bildungsabschluss (Allmendinger, 1999, 39). In Österreich entspricht das dem Abschluss der Sekundarstufe I. Die Betroffenen scheiden nach neun absolvierten Pflichtschuljahren ohne Bildungszertifikat aus dem Schulsystem aus (Statistik Austria, 2025, 16f.) oder verfügen über keine in Österreich anerkannten Abschlüsse. Bildungsarme Menschen erfahren tendenziell stärker soziale Ungleichheiten (Quenzel & Hurrelmann, 2019). Aufgrund der engen Verwobenheit des Medienhandelns mit dem Alltag der Individuen, gehen Kamin & Sonnenschein (2022, 813) von einer Chancenungleichheit im Medienhandeln und einer sich daraus ergebenden Persönlichkeitsentwicklung und Teilhabe an der digitalen Gesellschaft aus. Besonders betroffen seien davon ältere Erwachsene, nicht Erwerbstätige und am Land lebende Personen (Kamin & Sonnenschein, 2022, 813).

Vor diesem Hintergrund ist das Ziel des Beitrags, Teilergebnisse eines Forschungsprojektes zu präsentieren, die sich mit dem Aufwachsen in einer prä-digitalen Zeit, den ersten Kontakten mit digitalen Medien und der Wahrnehmung des Medienwandels aus Sicht der Zielgruppe beschäftigen. Die leitenden Fragestellungen sind:

Welche Erfahrungen machten bildungsarme Erwachsene in ihrer Kindheit und Jugend in einer prä-digitalen Welt mit Medien?

Wie nehmen sie den Medienwandel samt der entstehenden Veränderungsprozesse wahr?

Zur Einführung in die Thematik widmet sich der nächste Abschnitt den theoretischen Grundlagen und dem aktuellen Forschungsstand. Dabei wird auf die Theorie der Mediatisierung nach Krotz, auf die Theorie des sozialen Raums nach Bourdieu und auf Studien zur (Medien) Sozialisation bei sozialer Benachteiligung eingegangen. Anschließend wird das methodische Vorgehen der empirischen qualitativen Studie skizziert. Das Herzstück des Artikels bildet die darauffolgende Präsentation der Ergebnisse aus dem Dissertationsprojekt der Autorin. In der Conclusio schließlich werden die Ergebnisse interpretiert und auf Limitationen der Studie hingewiesen.

Theorie

Mediatisierung und Medienwandel

Der Medienwandel ist der Prozess des Wandels von Medien über Zeit und wird als solcher erlebt als

„ein Neuentstehen und eine Weiterentwicklung von Medien, aber auch als die Entstehung von Kommunikationspotenzialen und Infrastrukturen, kommunikativ konstituierten Entitäten wie Beziehungen, veränderten privaten oder geschäftlichen Aktivitäten und Arbeitsfeldern, und nicht zuletzt auch dadurch, dass sie selbst und auch die anderen Menschen andere Kommunikationsgeräte erproben, ihre Zeit anders verbringen oder sich anders informieren“. (Krotz, 2017a, 14)

Hier setzt der Mediatisierungsansatz an, der „nach dem Wandel von Alltag, Kultur und Gesellschaft im Kontext des Wandels der Medien“ (Krotz, 2017b, 24) fragt. Die Mediatisierung ist dabei ein „Metaprozess sozialen und kulturellen Wandels“ (Krotz, 2007, 11), also ein Prozess von Prozessen, der die soziale und kulturelle Entwicklung der Menschheit langfristig beeinflusst (Krotz, 2007, 27). Weitere Metaprozesse sind dabei die Globalisierung, die Individualisierung und die Kommerzialisierung (Krotz, 2007, 27-30).

Die Auswirkungen der Mediatisierung zeigen sich auf einer Makroebene im Wandel von Kultur und Gesellschaft, auf der Mesoebene in der Weiterentwicklung von Institutionen und Organisationen und auf der Mikroebene in der Veränderung des individuellen sozialen und kommunikativen Handelns (Krotz, 2007, 38). Der

Wandel auf der gesellschaftlichen Ebene führt zu Veränderungen der Alltagspraxen, die den Wandel wiederum bedingen (Paus-Hasebrink, 2017a, 104). Eine aktuelle Mediensozialisationsstudie sollte deshalb vor dem Hintergrund des Mediatisierungsansatzes stattfinden (Hoffmann et al., 2017). Dabei muss beachtet werden, dass der Mediatisierungsprozess historisch, sozial und kulturell kontextualisiert wird (Krotz, 2007, 39).

Mittlerweile wird in der Mediatisierungsforschung von der tiefgreifenden Mediatisierung (= „deep mediatization“) (Hepp, 2016, 230; Hepp, 2020) gesprochen:

„einer Mediatisierung, bei der es nicht nur um eine Durchdringung der sozialen Welt mit technischen Kommunikationsmedien geht, sondern bei der darüber hinaus Sozialität durch automatisierte, medientechnologische Prozesse mitproduziert wird.“ (Hepp, 2016, 230)

Wesentlich ist, dass Medien ‘are no longer simply communicative tools, they also act as generators of data demonstrating clearly how advanced stage of deep mediatization is firmly grounded in media’s digitization’ (Hepp, 2020, 6). Neben dem Aspekt der Datafizierung, sind die Differenzierung zwischen Medien, ihre zunehmende Omnipräsenz an verschiedenen Orten und in unterschiedlichen Situationen, ihre sich verstärkende Konnektivität und die hohe Geschwindigkeit technischer Innovationen wesentliche Merkmale der tiefgreifenden Mediatisierung (Hepp, 2016, 230). Der tiefgreifende Charakter der Mediatisierung zeigt sich darin, dass Medien aufgrund ihrer Verwobenheit mit dem Alltag für

„die Elemente und Prozesse, aus denen heraus die soziale Welt und ihre Alltagswirklichkeit geformt und getragen wird, von wesentlicher Bedeutung“ (Couldry & Hepp, 2023, 271)

sind.

Medien werden mit fortschreitender Mediatisierung vielfältiger im Alltag eingesetzt (Krotz, 2007, 114f.). Sie haben einen Einfluss auf die Sozialisation. Die hohe Durchdringung des Alltags mit Medien macht es möglich vom medialen Habitus als eine spezifische Ausformung des Habitus zu sprechen. Der mediale Habitus manifestiert sich wiederum im medialen Geschmack, der eine Ausdifferenzierung des Bourdieu’schen Geschmacksbegriffes ist (Kommer, 2013; Trültzsch-Wijnen, 2020). Er ist dadurch „das Produkt eines Sozialisationsprozesses“ (Kommer, 2013, 14).

Die Mediatisierungsforschung geht von einer „schubweisen“ Mediatisierung“ (Hepp, 2016, 228; s. auch Hepp, 2020, 5; Hoffmann et al., 2017, 7) aus. Der in Schüben stattfindende Mediatisierungsprozess führt zu einer „umfassende[n] qualitative[n] Veränderung der Medienumgebung insgesamt“ (Hepp, 2016, 228; H.i.O.). Das bedeutet, dass neue Medien aufkommen, aber auch die bereits bestehenden eine Veränderung durchlaufen (Hepp, 2016, 228; Krotz, 2007, 32-35). Hepp (2016, 228f.; 2020, 5f.)

geht von bisher mindestens drei Mediatisierungsschüben aus: Neben dem Schub der Mechanisierung und dem Schub der Elektrifizierung, unterscheidet er den Schub der Digitalisierung. Im Zentrum des Mediatisierungsansatzes steht demnach der Medienwandel. Es wird angenommen, dass der Medienwandel

“die Menschheit schon immer begleitet hat, [...] und dass im Verlauf der Entwicklung grundsätzlich immer mehr Medien existieren, die alle zusammen eine immer größere Bedeutung für die Menschheit und damit auch für die einzelnen Menschen besitzen” (Krotz, 2017b, 24).

Für die Mediensozialisationsforschung bedeutet das, dass der Forschungsgegenstand über den Medienbereich hinausgeht. Denn wie die bisherigen Ausführungen zeigen, wird durch die Durchdringung des Alltags mit Medien “eine Unterscheidung zwischen medienbezogenem und nicht-medienbezogenem Handeln sowie zwischen verschiedenen Alltagssphären” (Paus-Hasebrink & Hasebrink, 2024, 360) erschwert.

In diesem Artikel wird das Aufwachsen im Zeitalter der Elektrifizierung und das Miterleben der Digitalisierung im frühen Erwachsenenalter thematisiert.

Um vor diesem Hintergrund individuelle Alltagspraxen untersuchen zu können, entwickelte Paus-Hasebrink (2017a) den Ansatz der praxeologisch ausgerichteten integrativen (Medien)Sozialisationsforschung. Sie zielt darauf ab, den subjektiven Sinn des (Medien)Handelns von Individuen und Gruppen zu untersuchen (Paus-Hasebrink, 2017a, 105). Dafür steht das Subjekt mit seinen Handlungen in seiner alltäglichen Lebenswelt, in seinen sozialen Räumen, im Mittelpunkt der Analyse (Paus-Hasebrink, 2017a, 104-107).

Aufwachsen in einem sozial benachteiligten Umfeld

Bildungsarmut ist nicht mit sozialer Benachteiligung gleichzusetzen, geht aber oft mit ihr einher (Quenzel & Hurrelmann, 2019). Personen mit maximal einem Pflichtschulabschluss gehen in Österreich häufiger als jede andere Gruppe mit Bildungsabschluss einer Hilfstätigkeit nach (Statistik Austria, 2024, o.S.). 2023 waren 26,5% all jener Berufstätigen mit maximal Pflichtschulabschluss in Hilfstätigkeiten tätig (Statistik Austria, 2024, o.S.). Sie sind die Gruppe, die am stärksten von Arbeitslosigkeit betroffen (Statistik Austria, 2020, 71) und stark armutsgefährdet ist (Statistik Austria, 2013, 43). Gerhartz-Reiter (2019) kam in ihrer Untersuchung nach Gründen des vorzeitigen Bildungsausstiegs Jugendlicher in Österreich zu dem Ergebnis, dass sowohl sozioökonomische als auch sozio-emotionale Faktoren innerhalb der Familie die Bildungslaufbahn der Kinder wesentlich beeinflussen. Bildung kommt in Österreich damit eine “Platzierungsfunktion” (Quenzel & Hurrelmann, 2019, 12) zu. Der Bildungsstand und die damit einhergehende Verortung innerhalb des sozialen Raums, inklusive der möglichen zukünftigen Folgeerscheinungen (Allmendinger, 1999;

Quenzel & Hurrelmann, 2019), können zur sozialen Benachteiligung führen. Soziale Benachteiligung geht mit sozialen Ungleichheiten und mit sozialer Ungerechtigkeit einher, weil sich die determinierenden Faktoren subsumieren und aufeinander einwirken (Paus-Hasebrink, 2017b, 15). Die an sich stark determinierenden Faktoren führen zwar oft, aber nicht per se zu einem Zustand von Überforderung, Aussichtslosigkeit und dem Verharren auf einer bestimmten Position im sozialen Feld (Gerhartz-Reiter, 2019; Paus-Hasebrink, 2017b). Kinder und Jugendliche, die keinen formalen Bildungsabschluss haben, haben demnach die Möglichkeit sich im sozialen Feld, ausgehend von ihrem Habitus (Bourdieu, 2016, 192) und im Rahmen ihrer Handlungsoptionen, Handlungsentwürfe und Handlungskompetenzen (Paus-Hasebrink, 2017b; Paus-Hasebrink et al., 2019, 63ff.; Paus-Hasebrink & Sinner, 2021, 3), zu bewegen. Auch die Datenanalyse des im Artikel vorgestellten Projekts zeigt, dass Bildung oft, aber nicht ausschließlich und immer ein determinierender Faktor für den weiteren Lebensverlauf ist.

Dennoch ist das ökonomische Kapital der Familie im Kindes- und Jugendalter besonders prägend für die (Medien)Sozialisation. Nach Bourdieu ist das ökonomische Kapital die Grundlage des sozialen und des kulturellen Kapitals, zu dem auch (Medien)Bildung zählt (Bourdieu, 2010, 273). Studien, die sich gezielt mit Kindern und Jugendlichen beschäftigen, die von sozialer Benachteiligung betroffen sind, zeigen, dass ein geringes ökonomisches Kapital Einschnitte in Investitionen in die Bildung, in die Möglichkeiten der Freizeitgestaltung, in die Medienausstattung der Haushalte, in die Mediennutzung der Heranwachsenden mit sich bringt. Außerdem wird der mediale Geschmack vom ökonomischen Kapital beeinflusst (Bourdieu, 1987, 113; Bourdieu, 2016; Gerhartz-Reiter, 2019; Grant, 2024; Katz & Rideout, 2021; Paus-Hasebrink, 2017b; Rideout & Katz, 2016)¹.

Swertz et al. (2012, 11) hingegen kamen zu dem Befund, dass das ökonomische Kapital einen geringeren Einfluss auf den medialen Habitus hat als angenommen: “Den Kindern stehen durchaus alle Medien zur Verfügung.” Sie konzentrierten sich aber nicht explizit auf Kinder aus sozioökonomisch schwierigen Verhältnissen. Möglicherweise beeinflusst das ökonomische Kapital den medialen Habitus vor allem in jenen Familien, die am wenigsten davon besitzen. Damit geht gewöhnlich auch ein geringes soziales und kulturelles Kapital einher.

In der Langzeitstudie zur (Medien)Sozialisation sozial benachteiligter Heranwachsender entwickelten Paus-Hasebrink und ihr Team ein 3-Ebenen-Modell (Paus-Hasebrink & Sinner, 2021, 32), um eine wissenschaftliche Untersuchung der alltäglichen Sozialisationskonzepte zu ermöglichen. Auf der Makroebene sind die sozial-strukturellen Faktoren, wie das Einkommen, die Bildung und die berufliche Lage, aber auch die wirtschaftlichen, poli-

¹ Eine detaillierte Auseinandersetzung findet sich in Biringier, K. (2023). Mediensozialisation bildungsarmer Menschen. Wie soziale Ungleichheiten unsere mediatisierte Gesellschaft prägen. *MedienJournal*, 46(4), 41-60.

tischen und kulturellen Kontexte in einem Land, angesiedelt. Die Mesoebene umfasst die sozialen Beziehungen. Das sind im Alltag v.a. die Familie bzw. die Kernbeziehungsgruppe, Freund*innen und Kolleg*innen. Auf der Mikroebene schließlich sind die mit dem Alter und dem Geschlecht des Individuums verknüpften Lebensaufgaben angesiedelt. Hier findet sich auch der davon mitbestimmte Medienumgang (Paus-Hasebrink, 2017b, 107-111; Paus-Hasebrink & Sinner, 2021, 32f.).

Um kommunikative Praktiken konzeptionell erfassen zu können, unterscheiden sie auf der individuellen Ebene zwischen den Handlungsoptionen, den Handlungsentwürfen und den Handlungskompetenzen (Paus-Hasebrink, 2017b, 43f.). Die Handlungsoptionen ergeben sich aufgrund der gesellschaftlich-strukturellen Faktoren auf der Makroebene. Die Handlungsentwürfe bilden die "Ziele und Pläne vor dem Hintergrund subjektiver Wahrnehmungen des sozialen Milieus" (Paus-Hasebrink, 2017b, 44) ab. Die Handlungskompetenzen entstehen schließlich aufgrund der individuell verfügbaren Ressourcen. Sie hängen eng mit den Handlungsentwürfen und den Handlungsoptionen zusammen (Paus-Hasebrink, 2017b, 44).

Sie konnten in der Studie zeigen, dass sozioökonomische und sozio-emotionale Faktoren einen wesentlichen Einfluss auf die Mediensozialisation der Kinder und Jugendlichen haben. Besonders negativ waren die Auswirkungen auf die Sozialisation der Kinder, wenn die Eltern sozio-emotional und sozioökonomisch stark belastet waren (Paus-Hasebrink & Sinner, 2021, 293-295). Zu demselben Ergebnis kam auch Gerhartz-Reiter (2019). Sozio-emotionale Faktoren, wie der Mediengebrauch der Eltern, die Aufmerksamkeit der Eltern und ihre Medien-erziehungsstrategien, waren dabei einflussreicher als die sozioökonomischen (Paus-Hasebrink & Sinner, 2021, 290). Die Autor*innen heben besonders den Zusammenhang zwischen dem Mediengebrauch der Eltern und den Handlungsoptionen, -entwürfen und -kompetenzen der Heranwachsenden hervor (Paus-Hasebrink & Sinner, 2021, 290). Die Medienpraxen des elterlichen Haushalts beeinflussen die Mediensozialisation der Kinder langfristig (Hartung, 2010, 97). So werden beispielsweise erste Medienroutinen bereits in der Kindheit und Jugend ausgeformt und im Erwachsenenalter beibehalten (Hartung, 2010, 97).

Methoden

Methodologisch folgt das Projekt der Grounded Theory. Wie für das Vorgehen typisch, verliefen die Datenerhebung und -auswertung bis zur Erreichung der theoretischen Sättigung parallel (Glaser & Strauss, 2010, 125). Im Zeitraum von Februar 2024 bis November 2024 wurden 17 medienbiographische leitfadengestützte Interviews geführt. Medienbiographische Interviews sind eine spezielle Form biographischer Interviews, in denen die Medienbiographien der Interviewten im Zentrum stehen. Es geht darum, die "Bedeutung und [den] Stellenwert der Medien für den Lebensverlauf einer Person" (Pöyskö,

2009, 2) zu analysieren. Davon ausgehend, bewegten sich die Gespräche von der eigenen Kindheit über die Jugend und die ersten Kontakte mit digitalen Medien im jungen Erwachsenenalter bis zum gegenwärtigen Medienhandeln. Dabei wurde insbesondere auf die Verankerung von Medien im Alltag der Interviewpartner*innen eingegangen. So sprachen wir u.a. über spezifische Medienpraktiken, über Medienroutinen, und Mediennutzungsmotive, über die Wahrnehmung des Medienwandels, über den spezifischen Umgang mit aktuellen destruktiven Kommunikationsphänomenen, wie Cyber-Mobbing und Desinformationen, aber auch über das aktive (politische) Engagement in sozialen Medien. Die Interviews wurden durch das Anfertigen einer Netzwerkkarte und einer Skizze der Medienstandorte im eigenen Haushalt ergänzt. Dabei bestand ebenso wie bei der Beantwortung aller Fragen, die Möglichkeit des Opt-Outs.

Vor den ersten Interviews wurden für den Pretest zwei Probeinterviews geführt, um den Leitfaden auf seine Praktikabilität zu testen. Die Interviews aus dem Pretest sind nicht Teil des Datensamples. Sie dienten ausschließlich der Überprüfung und Verfeinerung des Leitfadens. Potenzielle Interviewpartner*innen mussten drei Kriterien erfüllen:

1. Sie mussten nach österreichischem Bildungsstand bildungsarm sein.
2. Sie mussten zwischen 1956 und 1980 geboren sein. Die Grenzen orientieren sich zum einen am Inkrafttreten des Schulorganisationsgesetzes 1963 (Schulorganisationsgesetz), sowie an der – künstlichen – Betitelung all jener, die vor 1980 geboren wurden, als „Digital Immigrant“ (Prensky, 2001). Die obere Altersbegrenzung wurde von der Zuschreibung Bourdieus (2016, 180f.) angeregt, dass das Alter einen Einfluss auf das Bildungskapital haben kann, wenn sich Schulsysteme verändern. Das 1963 in Kraft getretene Schulorganisationsgesetz legte im Wesentlichen die bis heute gültige Form der österreichischen Schulorganisation fest.
3. Sie mussten zum Zeitpunkt des Interviews in Österreich wohnhaft sein. Neben forschungspragmatischen Gründen liegt diesem Kriterium die Annahme zugrunde, dass makrosoziale länderspezifische Faktoren, zu denen u.a. auch das Mediensystem und der gesellschaftliche Stellenwert und Umgang mit einzelnen Medien gezählt werden, einen Einfluss auf die Mediensozialisation und in weiterer Folge auf das Alltagshandeln mit Medien haben. Die Teilnahme war nicht an den Besitz der österreichischen Staatsbürgerschaft oder der Geburt und dem Aufwachsen in Österreich geknüpft. Dennoch traf dies auf den Großteil der Befragten zu.

Der Kontakt zu den Interviewpartner*innen erfolgte über das Anschreiben von Gatekeepern, Postings in Facebook-Gruppen und Aushänge in sozialen Einrichtungen. Die Interviews dauerten in der Regel zwischen einer Stunde und 1 ¼ Stunden. Die Interviews wurden an einem Wahlort der Interviewpartner*innen geführt. In einigen weni-

gen Fällen fand es auf Wunsch via Zoom statt.

Das Sampling und die Interviewführung erwiesen sich aus unterschiedlichen Gründen als schwierig: Die – künstlich generierte – Gruppe der Bildungsarmen ist nicht spezifisch in einer Institution anzutreffen. Außerdem treten sie selten öffentlich als Bildungsarme in Erscheinung. Da ein Bildungsabschluss in Österreich die Norm ist, gehen viele davon aus, dass das eigene Umfeld „eh was gelernt hat“. Ein Mangel an Literalität, Scheu und wenig Interesse an wissenschaftlicher Forschung (die meisten nahmen Teil, um den 30€-Dankeschön-Gutschein zu erhalten), erschwerten die Situation zusätzlich. Der häufig geringe Alphabetisierungsgrad und die geringe Media Literacy machten es auch beispielsweise nicht möglich die Interviewten zu bitten, zusätzlich zum Interview textlastiges Material, wie Medientagebücher, zu produzieren oder digitale Ressourcen zu nutzen. Das wäre für eine umfassende Analyse jedoch vorteilhaft gewesen. Auch der Leitfaden und das Informations- und Datenschutzblatt mussten dahingehend adaptiert werden. Das gelang einmal besser (Leitfaden) und einmal schlechter (Länge des Informations- und Datenschutzblattes).

Die Auswertung der Daten erfolgte mittels Grounded Theory. Dafür wurde in mehreren Codierzyklen das Material analysiert (vgl. Charmaz, 2014). Dieser zirkuläre Prozess ist durch die Methode des ständigen Vergleichs gekennzeichnet (Glaser & Strauss, 2010). Bei den Fallvergleichen wurden die einzelnen Konzepte mithilfe der minimalen und der maximalen Kontrastierung geschärft. Im Theoretical Sampling wurden dabei anhand ausgewählter soziodemographischer Merkmale, wie Herkunft, Wohnort, Erwerbstätigkeit, Geschlecht oder Alter, je nach Stand der Analyse ebenfalls mittels minimaler und maximaler Kontrastierung gearbeitet. Das Codierverfahren wird dabei vom ständigen Verfassen von interpretativen Memos begleitet (Glaser, 2012). Zur Reflexion der eigenen Rolle im Feld (Przyborski & Wohlrab-Sahr, 2021, 66), wurde ein persönliches Medientagebuch angefertigt, das während der Datenanalyse laufend ergänzt wurde.

Die Auswertung erfolgte im QDA-Softwareprogramm MaxQDA 24. Die Interviews wurden mit AI Assist von MaxQDA transkribiert und von der Verfasserin dieses Artikels kontrolliert. Die Interviews wurden pseudonymisiert. Am Ende des Interviews wurden dem Grundsatz der sparsamen Datenerhebung folgend, nur jene persönlichen soziodemographischen Daten erfragt, die für die Datenanalyse essenziell waren. Die Interviewteilnehmer*innen wurden vor den Interviews schriftlich und mündlich über die Verarbeitung der Daten informiert und stimmten ihr zu.

Am Ende der Analyse wurden in den 17 Interviews 3154 Codierungen vergeben. Die 204 Codes - Übercodes und Subcodes - wurden in vier interpretative Kategorien und einer inhaltlichen Kategorie zusammengefasst: Alltags-handeln mit Medien (Kernkategorie), Medienerlebnisse, Medienlernen, Persönliche Dispositionen und Quercodes. In der Kategorie Quercodes werden Codes als eine Art Index erfasst, um bestimmte inhaltliche Sachverhalte im Material greifbar zu machen. Dazu zählen bspw. Markierungen von dem Gesprächsverlauf rahmenden Passagen

oder Codes, die auf spezifische Social-Media-Kanäle und Messengerdienste verweisen.

Die hier vorgestellten Ergebnisse decken einen Teil des aus dem Material heraus entwickelnden Modells zu den Einflüssen auf die Mediensozialisation bildungsarmer Menschen in Österreich ab.

Ergebnispräsentation

Beschreibung der Stichprobe

Die Charakterisierung des Samples anhand einiger soziodemographischer Variablen ist für die Interpretation der Ergebnisse wichtig, weil sie für die Verortung des Individuums im sozialen Raum relevant sind und damit für die Analyse der Mediensozialisation.

Von den 17 Interviewpartner*innen identifizieren sich neun als Männer und acht als Frauen. Sie waren zum Zeitpunkt der Interviews (2024) im Durchschnitt 56 Jahre alt. Die Interviewpartner*innen stammen aus den Bundesländern Burgenland, Kärnten, Oberösterreich, Niederösterreich, Salzburg und Wien. Sie wohnen großteils in einer städtischen Gegend. Tatsächlich ist Bildungsarmut großteils ein städtisches Phänomen (Statistik Austria, 2025, 94). Zehn wohnen in einer Wohnung, sechs in einem Haus. Die Hausbesitzer*innen wohnen in ländlichen Regionen. Der Großteil der Interviewpartner*innen lebt mit dem*er Partner*in zusammen. Vier sind alleinstehend. Sechs von neun Männern haben keine Kinder. Unter den Frauen findet sich eine von acht, die keine Kinder hat. Die meisten haben Kinder im Erwachsenenalter. Drei Teilnehmende haben Kinder im schulpflichtigen Alter, die bei ihnen im Haushalt leben. Zum Zeitpunkt des Interviews waren vier Interviewpartner*innen angestellt, drei pensioniert, eine selbständig und acht arbeitslos. Eine Interviewpartnerin bezeichnete sich als Hausfrau. Die meisten ohne Erwerbstätigkeit waren bereits für längere Zeit oder zum wiederholten Male innerhalb kurzer Zeit ohne Anstellung. Sie führen die Arbeitslosigkeit auf ihre gesundheitlichen Probleme, ihr Alter und ihren Mangel an Grundkenntnissen zurück. Zwei der Interviewpartnerinnen (sic!) besuchten zum Zeitpunkt des Interviews einen Basisbildungskurs. Viele im Sample sind nicht ausreichend in der deutschen Sprache alphabetisiert, obwohl Deutsch die vorherrschende Erstsprache ist.

Nicht alle Interviewpartner*innen wuchsen in prekären Verhältnissen auf. Die Gründe für die eigene Bildungsarmut sind vielfältig, aber nicht immer vererbt.

“Das ist bei meinem Sohn dann gekommen, aber wir nicht.” (Katrin, Z 64)

Die Interviewpartnerin Katrin (55) bezieht sich im obigen Zitat auf das Spielen von Videospielen. Sie sind ein erstes Beispiel von digitalen Medien, die in der Kindheit des Großteils der Zielgruppe noch nicht existierten. Überhaupt waren mediale Angebote für Kinder in den 1960ern rar. Hinzu kommt, dass Fernsehgeräte in den Anfangs-

zeiten groß und teuer waren. Man traf sich bei jenen zu Hause, die das entsprechende Mediengerät besaßen, zum gemeinsamen Medienkonsum.

“Etwas später ein Fernseher hat mein Cousin seine Eltern (.) da sind wir jeden Mittwoch zu dritt vom Fernseher gegessen, Kasperl angeschaut und der Fernseher wurde abgedreht.” (Christa, Z 93-95)

In der Kindheit ist der Medienkonsum eine soziale Tätigkeit, die stets gemeinsam mit Familienmitgliedern durchgeführt wird. Das Medienangebot in den Haushalten richtete sich nach den sozioökonomischen Verhältnissen der Familie. Die Familien zählen tendenziell zu den einkommensschwachen Haushalten. Bei knappen finanziellen Mitteln müssen Prioritäten gesetzt werden. Die Handlungsoptionen der Kinder sind daher meist eingeschränkt. Die Familien besitzen meist ein Radiogerät und ein Fernsehgerät. Die Kindheit und Jugend der Zielgruppe ist daher auch stark audiovisuell geprägt. Ein populärer medialer Geschmack ist vorherrschend, wobei hier wie bei Swertz et al. (2012, 15f.) eine Präferenz der Medientechniken und nicht wie bei Bourdieu eine Präferenz der Inhalte im Vordergrund steht. Eine Präferenz der Inhalte zeigt sich vor allem bei der Auswahl der Tageszeitung und entspricht klar dem populären medialen Geschmack (Trültzsch-Wijnen, 2020, 361). In den meisten Fällen werden Bezirksblätter und Boulevardmedien gelesen. Diese punkten - bis heute - mit dem Tabloid-Format und dem Schreibstil. Sie werden aber, so wie alle Medien und Medieninhalte in der Kindheit, von den Eltern ausgewählt. Erst die späteren Kohorten im Sample haben bereits in der Kindheit eine größere Auswahl und damit Handlungsoptionen und können Handlungsentwürfe und -kompetenzen ausbilden. Für die früheren Kohorten war das erst in der Jugend möglich.

Kulturelle Angebote, wie ein Kino- oder Theaterbesuch, werden aus finanziellen Gründen selten genutzt.

“A: Nein. Da uns der Vater nie ein Geld gegeben hat ja.” (Emil, Z 19)

Eine vielfältige Mediennutzung war für viele Eltern sekundär, solange ein Fernsehgerät und ein Radiogerät vorhanden waren. Auch Grant (2024, 11) weist auf einen Zusammenhang zwischen der Erfahrung von sozioökonomischer Deprivation und einem hohen TV-Konsum hin. Sie hebt hervor, dass der TV-Konsum mit den kulturellen und finanziellen Aspekten in Zusammenhang steht, die mit dem sozioökonomischen Status einhergehen (Grant, 2024, 11).

Der mediale Habitus der Eltern beeinflusst durch das konkret gesetzte Medienhandeln die Mediensozialisation und damit auch den medialen Habitus der Kinder. Das zeigt sich gut am Beispiel jener Interviewten, die von den Eltern Lesen als Kulturtechnik vermittelt bekamen. Die Eltern hatten dabei unterschiedliche Zugänge: Sie reichten vom gemeinsamen Lesen der Zeitung am Frühstückstisch, dem Abschließen von Zeitungsabos für die Kinder,

dem gemeinsamen Aussuchen und Kaufen von Büchern mit den Kindern bis zur indirekten Vermittlung durch das eigenständige Lesen. Niederschwellige Angebote, wie Weihnachtsbüchermärkte in den Volksschulen oder Abos über Versandhäuser, wie *Donauland*, blieben dabei besonders präsent als primärer privater Zugang zu Büchern in Erinnerung. Jene, in deren sozialen Umfeld Lesen in der Kindheit einen hohen Stellenwert innehatte, bezeichneten Lesen auch im Erwachsenenalter als in ihrem Alltag wichtig. Unter ihnen findet sich niemand, der nicht adäquat genug in der deutschen Sprache alphabetisiert wurde, um mit den Anforderungen in Alltag und Beruf umgehen zu können. Gute Lesekenntnisse sind eine wichtige Kompetenz im Umgang mit digitalen Medien (OECD, 2021, 23). Lesen wird, genauso wie das Fernsehen und das Radiohören, am häufigsten über Medienroutinen von den Eltern an die Kinder weitergegeben. Häufig beteiligen sich die Kinder an diesen Medienroutinen der Eltern aus Mangel an kinderspezifischen Angeboten. So nutzen sie audiovisuelle Medien vor allem zur Informationsgewinnung.

“Es war das Angebot geringer. In der Früh zum Aufstehen wurde das Radio aufgedreht, da hat man die Nachrichten gehört.” (Anna, Z 36-38)

Viele aus dem Sample verfolgen bis heute regelmäßig die im linearen Fernsehen im ORF ausgestrahlte *Zeit im Bild* und das jeweilige bundeslandspezifische Nachrichtenformat. Genauso haben jene, deren Eltern - meistens waren es die Väter - eine bestimmte Tageszeitung lasen, diese aktuell abonniert. Ingo (Z 561) bringt das starke Festhalten an Medienroutinen aus der Kindheit und damit die weitgehende Übernahme des medialen Habitus der Eltern mit “Fernsehen, Radio, Zeitungen. wie gehabt” gut auf den Punkt.

Die Übernahme von aus in der Alltagsstruktur der Kindheit stark verhafteten medialen Routinen weist auf “habitusgeprägte und an die jeweiligen sozialen Kontexte gebundene Handlungsmuster” (Paus-Hasebrink & Hasebrink, 2024, 367) hin. Während die Väter häufig indirekt durch den eigenen Medienkonsum Einfluss nahmen, hatten die Mütter oft eine aktive Rolle in der Förderung des medialen Geschmacks der Kinder inne. Wenn es ihnen selbst ein Anliegen war und es die finanziellen Ressourcen zuließen, schafften die Mütter gezielt Medienangebote an, um die Kinder zu fördern. Das betraf idR Angebote zum Lesen.

“also gelesen natürlich, meine Mama hat mir noch den Rennbahn Express abonniert, was die (.) mein Bruder hatte Yps und Micky Maus.” (Birgit, Z 75-77)

Damit fand die aktive eigenständige Auseinandersetzung mit Medien vor allem auf Initiative der Mütter statt. Davon abgesehen wurden kaum Anreize zur Förderung des Medienumgangs durch die Eltern gesetzt. Es wirkt, als würden die Eltern dem Medienumgang der Kinder tendenziell wenig Bedeutung zukommen lassen. Das mag an einer eigenen geringen Media Literacy und in weiterer

Folge an Überforderung (Paus-Hasebrink, 2022) liegen. Zusätzlich gab es kaum Vorgaben zur Mediennutzung, weil:

“Es war ein so geringes Angebot, dass man nichts beschränken hat müssen für Kinder.” (Anna, Z 81-82)

Die einzige genannte Einschränkung vonseiten der Eltern betrifft das Einhalten der Altersbeschränkungen der Spielfilme. Sie wurde von den Interviewten aber nicht als Restriktion empfunden. Jene, die später selbst in der Elternrolle waren, erwähnen in den Interviews, mit Ausnahme der Altersbeschränkung, ebenfalls keinerlei Einschränkungen ihren Kindern gegenüber. Wenn in einem Interview die Förderung des Medienhandelns der Kinder angesprochen wurde, dann von einer Frau. Frauen nehmen demnach bis heute eine aktivere Rolle in der Mediensozialisation der Kinder ein.

Ein kompetenter Medienumgang sollte auch von Bildungseinrichtungen geleistet werden. Tatsächlich wurde aber die Schule in den Interviews selten angesprochen.

Neben der (meist ungewollten) primären Funktion von Medien als Informationsquelle, wurden sie auch (gewollt) zur Unterhaltung genutzt. Die primäre unterhaltungsorientierte Nutzung ist typisch für einen populären medialen Geschmack (Trültzsch-Wijnen, 2020, 361). Aufgrund des geringen Angebots in der Kindheit, blieben außergewöhnliche Medienkontakte als Medienerlebnisse auf einer emotionalen Ebene in Erinnerung. Zu diesen Medienerlebnissen zählen Kinobesuche, ein Fernsehprogramm zu Festtagen, das Betthupferl im Fernsehen, die wöchentliche Kasperlfolge, ein geschenktes Buch, aber auch Berichte über Geschehnisse im lokalen Umfeld. In all diesen Fällen leistete das soziale Umfeld einen wesentlichen Beitrag und prägte damit den medialen Habitus und den medialen Geschmack der Kinder mit.

Einige Interviewpartner*innen besitzen ausgewählte Medien aus ihrer Kindheit, Jugend oder der Anfangszeit digitaler mobiler Medien noch als Erinnerung. Zu diesen Medien zählen die ersten Kinderbücher, Musikkassetten, das erste Handy und Spielkonsolen. Ihre Erzählungen sind nostalgisch und emotional. Sie haben eine positive, teils wohl romantisierte Erinnerung an diese Medien. Die Mediengattung, der die Erinnerungsstücke angehören, ist in den meisten Fällen bis heute für die Interviewten sehr wichtig.

Besondere Relevanz gewinnt der mediale Geschmack in der Jugend. Er besitzt einen hohen sozialen Wert. Die Jugend ist geprägt von der eigenen Emanzipation und Identitätsfindung. Aufgrund der sich wandelnden und sich ausdifferenzierenden Technologien stehen ihnen mehr Handlungsoptionen zur Verfügung, die durch ihr eigenes Alter auf vermehrte Handlungskompetenzen treffen. Das führt zu einer Veränderung im Medienhandeln. Medien werden nun nicht mehr bevorzugt mit den Eltern und Geschwistern, sondern mit den Peers genutzt.

“Ja, in der Jugend war das auch so ähnlich (.) natürlich, wenn ich im Kino war, da war ich meist

mit Freunden (.) und auf Konzerten habe ich dann auch schon angefangen, Leute kennen zu lernen, die auch auf Konzerte sind.” (Dirk, Z 85-87)

Der mediale Geschmack entscheidet dabei über die Zugehörigkeit zur Gruppe. Es werden nun auditive Medien bevorzugt. Der Musikgeschmack unterscheidet sich häufig von dem in der Kindheit.

Neben der Musik werden Comics, Jugendzeitschriften und themenspezifische Zeitschriften wichtig. Sie werden auch von Jugendlichen gelesen, die in der Kindheit nicht bis kaum lasen. Namentlich genannt werden der Rennbahn Express, Western Comics und v.a. BRAVO mit dem “Doktor drinnen [...] der alles erklärt hat” (Regina, Z 43-44).

In der Mediennutzung kristallisieren sich geschlechtsspezifische Unterschiede heraus. Tendenziell lesen die weiblichen Interviewten mehr und interessieren sich stärker für Zeitschriften. Die männlichen Interviewpartner machen dafür mit dem Aufkommen der Videospielkonsolen die ersten Gaming-Erfahrungen. Insofern ist das Zitat in der Abschnittsüberschrift nicht nur in Bezug auf das Alter, sondern auch in Bezug auf das Geschlecht zu lesen. Frauen spielten eher keine Videospiele. Die einzige Ausnahme ist eine der jüngsten im Sample. Gemeinsam mit Gustav (44) ist sie die Einzige, die bereits konkrete mediale Kindheitsheld*innen nennt und deren crossmediale Vermarktung anspricht. Die mediale Entwicklung in den 24 Jahren, die das Sample umfasst, zeigt gut das rasende Tempo technischer Innovationen (Hepp, 2016, 230) auf. Die Interviewten betonen wiederholt die Relevanz vom Aufenthalt in der Natur in ihrer Kindheit und in der Jugend. Dabei werden Natur und Technik als Gegensatzpaar aufgebaut. Die Technik wird dabei als anti-sozial angesehen. Sozio-emotionale Aspekte würden durch die stärkere Hinwendung zu (digitalen) Medien bei den gegenwärtigen Kindern weniger gefördert werden als es in ihrer Kindheit der Fall war. Diese klassisch bewahrpädagogische Ansicht findet sich in den meisten Interviews wieder.

Eine schlechte sozioökonomische Lage ließ viele mit der Anschaffung des ersten Handys oder Computers warten. Die Männer legten sich früher Handys zu oder hatten ein Diensthandy. Die Frauen warteten hier eher zu. Oft war das erste Mobiltelefon oder das erste Smartphone ein Geschenk.

Ein Computer oder Laptop hält meist mit den Kindern Einzug in den Haushalt, weil sie ihn für ihre Ausbildung benötigen. Die ersten Kontakte mit dem Computer finden in vielen Fällen beruflich statt. Das Erlernen des Umgangs mit dem “Riesenkastl” (Birgit, Z 296) ist daher oft beruflich angeordnet. Vielen im Sample, bei denen die Handhabung des Computers keine angeordnete strukturelle Anforderung war, mangelt es bis heute an Anwendungswissen. Sie nutz(t)en Computer in der Regel kaum bis nie. Der Umgang mit dem ersten Mobiltelefon findet in der Regel privat und aus einer intrinsischen Motivation, wie Neugier, Erreichbarkeit im Notfall oder Angeberei heraus, statt. Es ist für viele wie “eine andere Welt” (Ingo,

Z 204), weil es mit einer zeitlichen und auch örtlichen Entgrenzung einhergeht.

*“[...] und es ist halt schon einfacher dann, ne?
(2) Wie ständig heimfahren zu unserem Festnetz.”
(Katrin, Z 85-86)*

Das Motiv im Notfall erreichbar zu sein, war bei den Frauen ein starker Motivationsfaktor, um sich ein Mobiltelefon anzuschaffen. Meist legen sie sich ein Mobiltelefon in Phasen von Alltagsumbrüchen zu. Diese Übergangsphasen können „einen Wandel der mediatisierten Lebensführung anstoßen“ (Niemand, 2021, 513). Dazu zählen Ereignisse wie die Geburt eines Kindes, Heirat, das Antreten einer neuen beruflichen Stelle, aber auch ein Lottogewinn (Niemand, 2021, 513).

Abhängig von der persönlichen Lernbereitschaft, der eigenen Flexibilität und Adaptionsfähigkeit und der generellen Offenheit gegenüber Neuem, haben sie den Umgang mit digitalen Medien mal mehr und mal weniger gut „in den Griff gekriegt“ (Katrin, Z 97). Es kristallisieren sich bereits bei den ersten Kontakten mit digitalen Medien zwei Herangehensweisen heraus, die sich in weiterer Folge manifestieren: (1) Learning by Doing, meist aus Neugier heraus und ergebnisoffen, (2) Aktive Hilfesuche und Abgeben von Aufgaben, meist im Familienkreis. Herangehensweise 2 ist in der Zielgruppe stärker präsent.

*“Das ist schwer bei mir. Wenn ich zum Beispiel.
(..) Email mache. Und ich habe gesagt von meine Frau und meine Kinder, kannst du mich helfen sowas Weil ich kann nicht von Email machen zu schicken und so?” (Otto, Z 91-93)*

Viele sind mit den Anforderungen, die die tiefgreifende Mediatisierung mit sich bringt, überfordert. Sie erlernten aufgrund ihres Alters den Umgang mit digitalen Medien nicht in den für die Sozialisation wichtigen Figurationen Familie, Schule, Peers in der Kindheit bzw. Jugend. Dennoch stehen sie den Möglichkeiten, die sich durch die Digitalisierung ergeben, grundsätzlich positiv gegenüber.

“das ist es so jedes Jahr immer besser, besser, besser [...]” (Paul, Z 293) - Die Wahrnehmung des Medienwandels

Die meisten Interviewpartner*innen teilen Pauls (64) Einstellung zum Medienwandel. Er wird trotz ihrer an sich distanzierten Haltung zu digitalen Medien überwiegend positiv betrachtet. In der Regel wird ein Zusammenhang zu den Alltagspraxen hergestellt. Die Ergebnisse spiegeln die Veränderungen wider, die mit dem Medienwandel und der tiefgreifenden Mediatisierung für das Subjekt einhergehen.

Die Praktikabilität im Alltag ist, neben einer großen Unsicherheit im Umgang mit digitalen Medien, der große Motivationsfaktor, der über die (Nicht)Nutzung von Medien und die Wahrnehmung des Medienwandels entschei-

det. Sie betonen die durch den Medienwandel vielfältigen Möglichkeiten an Angeboten und Zugängen und die Effizienzsteigerung im Alltag. Digitale Medien werden als platz-, kosten- und zeitsparend eingestuft. Außerdem hilft die Technik beim Ausgleich von körperlichen Defiziten, wie bei einer Schreib- oder einer Sehschwäche.

Die Praktikabilität geht mit der Medienkonvergenz einher. Vor allem das Smartphone übernimmt viele Funktionen anderer technischer Geräte. Dazu zählt u.a. die Weckerfunktion, denn „der [Wecker] steht nur nebenbei und wird nie, nie wieder benutzt (Gustav, Z 826). Außerdem verwenden es viele „zum Fotografieren und Internet schauen“ (Ingo, Z 231), d.h. für Recherchezwecke und zum Zeitvertreib. Es ist als mediale Alltagshilfe so geschätzt, dass es „jetzt [...] nicht mehr ohne [geht]“ (Katrin, Z 86). So gut wie alle Interviewpartner*innen besitzen ein Smartphone und haben Internetzugang. Anders als bei Kutscher & Iske (2022), geht ein niedriges Einkommen und Bildungslevel nicht mit dem Ausschluss vom Internetzugang einher. Allerdings haben die Interviewpartner*innen, wie bei Kutscher & Iske (2022, 671), aufgrund ihrer Herkunftsressourcen an ökonomischem, sozialem und kulturellem Kapital kaum Möglichkeiten das Internet vollumfänglich und wirkmächtig zu nutzen. Die Internetnutzung ist sehr passiv und von einem starken Sicherheitsbedürfnis geprägt. Gleichzeitig klagen sie, durch den Medienwandel überfordert zu sein.

*“Ich sehne mich manchmal zurück vor diese Zeit
(.) weil einfach die Informationen nicht so geballt
gekommen sind.” (Dirk, Z 380-381)*

Fear of Missing Out (FOMO) spielt aber nur in Einzelfällen eine Rolle. Vielmehr beschäftigt es sie, dass sie von gewissen Anwendungen aufgrund eines externen sozialen Drucks abhängig sind. Das trifft v.a. auf das Smartphone und auf die Nutzung von Whatsapp zu, „weil jeder Whatsapp hat“ (Luise, Z 429). Zugleich beklagen sie eine Entfremdung vom Menschen durch digitale Medien.

*“Vor allem als Großmutter hat man überhaupt
keinen Bezug mehr zum Kind. Weil ich weiß nur,
wenn mein Enkel kommt, ist das erste was fragt
Ach, ich brauche ein Ladegerät, ich brauche ein
Ladegerät nicht. Hallo Oma, oder Wie geht's
dir?” (Anna, Z 318-320)*

Dennoch sympathisieren sie aber auch mit den veränderten Kommunikationsprozessen, die damit einhergehen. Hier ist wiederum die Praktikabilität im Alltag wichtig.

*“Vor allem haben wir [...] wo mehr Leute dann
dabei sind, nicht? bei denen ich schreibe das ein-
mal” (Katrin, 198-199)*

Wie schon bei Müller (2016, 362), sprechen sie v.a. medientechnische Veränderungen und „die unmittelbare[n] Auswirkungen auf Nutzungskontexte und -optionen“ und „inhaltliche Veränderungen im Medienangebot“ an. Veränderungen der Medienproduktion blieben unange-

sprochen, während allerdings Medienwirkungen vereinzelt und teils ausführlich Thema sind.

Ein paar wenige Interviewteilnehmer*innen breiten subjektive Theorien zu Medienwandel und Digitalisierung aus. Anders als bei Müller (2016, 362f.) arbeiten sich die Teilnehmenden stark an Einzelmedien ab, um ihre subjektiven Theorien und ihre Wahrnehmung des Medienwandels darzulegen. Müller (2016, 363) geht davon aus, dass die Medienkonvergenz dazu führt, dass Medienentwicklungen als Ganzes und nicht auf Ebene der Einzelmedien betrachtet werden. Die Auseinandersetzungen mit den Einzelmedien sind je nach Medium unterschiedlich stark ausgeprägt. Besonders intensiv werden die Möglichkeiten des Smartphones besprochen – dem Medium, das die Interviewten am meisten durch den Alltag begleitet und das das wohl beste Beispiel für die tiefgreifende Mediatisierung und den Medienwandel ist.

Conclusio

Durch die tiefgreifende Mediatisierung (Hepp, 2020) wird bei einer Mediensozialisationsstudie im Prinzip der gesamte Alltag Forschungsgegenstand. Die hier vorgestellten Ergebnisse decken nur einen Teil der gesamten Datenlage ab. So bleiben hier bspw. die gegenwärtigen (medialen) Alltagspraxen genauso unerwähnt, wie die Ergebnisse zur Media Literacy der Interviewpartner*innen. Es konnte hier deshalb kein allumfassendes Bild der Mediensozialisation des Samples gegeben werden. Allerdings können Annahmen zur Mediensozialisation bildungsarmer Erwachsener abgeleitet werden, die sich mit der Kindheit und Jugend im prä-digitalen Zeitalter und den allgemeinen Einstellungen zum Medienwandel beschäftigen.

Wie schon bei Gerhartz-Reiter (2019) und Paus-Hasebrink (2017b), spielen sozio-ökonomische und sozio-emotionale Faktoren für die Mediensozialisation eine große Rolle. Sozioökonomische Faktoren beeinflussen die Anschaffung neuer technischer Geräte und die kulturelle Freizeitgestaltung. Sind es zuerst die Eltern, die über die mediale Ausstattung entscheiden, treffen sie später häufig Kosten-Nutzen-Abwägungen vor dem Kauf eines neuen Gerätes. Allerdings nimmt die Rolle des ökonomischen Kapitals im Lebensverlauf ab. Das liegt zum einen an der über die Jahrzehnte hinweg sinkenden Preise der technischen Geräte. Zum anderen zählt ein Teil des Samples zur Mittelschicht und lebt nicht in prekären Verhältnissen. Die Position im sozialen Feld und die zur Verfügung stehenden Handlungsoptionen sind daher andere.

Die Ergebnisse zeigen klar, dass auch bei bildungsarmen Personen Sozialisationsprozesse im Elternhaus, unter den Peers und in eingeschränktem Umfang auch in der Schule besondere Relevanz haben (s. u.a. auch Kommer, 2013, 25; Paus-Hasebrink & Sinner, 2021). Sie bestätigen, dass sich die Akkumulation von kulturellem Kapital in der Kindheit und Jugend auf den medialen Habitus auswirkt. Eine zentrale Rolle nimmt dabei das engste Umfeld ein, das meist aus der Familie, den Peers und der Schule besteht. Durch die ähnliche Verortung im sozialen Feld

weisen sie einen gemeinsamen Klassenhabitus (Bourdieu, 1987, 112) auf, der sich in den Ergebnissen bspw. durch die Präferenz von bestimmten Medientechniken und Medieninhalten und im Medienhandeln, kurz, im medialen Habitus (Kommer, 2013, 6), widerspiegelt. Im Sample überwiegt dabei, anders als bei Bourdieu (2016), die Ausführung zu den Medientechniken klar jenen der -inhalte. Inhaltliche Präferenzen spiegeln in der Kindheit häufig die Mediennutzungspraktiken der Eltern wider. Denn aufgrund des geringen medialen Angebotes (für Kinder) hatten sie, anders als heute in der tiefgreifenden Mediatisierung aufwachsende Kinder (Couldry & Hepp, 2023, 192), kaum Handlungsoptionen. Der Einfluss von Medien auf die frühkindliche Sozialisation ist aus dieser Perspektive deshalb zur Zeit der Kindheit der älteren Kohorten der Interviewten noch sehr gering und nimmt dann zu. Das macht sich in den Interviews an den Erzählungen fest: Während die älteren Kohorten von einigen Medien-erlebnissen berichteten und oft auf das nicht vorhandene Kinderprogramm hinwiesen, erzählten die jüngsten Kohorten bereits ganz selbstverständlich von der crossmedialen Vermarktung ihrer Kindheitshelden.

Die Relevanz des Elternhauses spiegelt sich ebenfalls beim medialen Geschmack im Erwachsenenalter wider. Im Sample herrscht klar ein populär medialer Geschmack vor. Die in der Kindheit und Jugend dominierenden audiovisuellen Medien Fernsehen (Kindheit) und Audiomedien (Jugend) behalten ihre Relevanz im Lebensverlauf bei. Die Mediennutzung ist zwar aufgrund des damaligen Angebotes eher informations- als unterhaltungsorientiert, aber Informationen werden, wie für den populären medialen Geschmack typisch (Trültzsch-Wijnen, 2020, 361) bevorzugt über Boulevardmedien bezogen. Einen besonderen Stellenwert nimmt die abendliche TV-Nachrichtensendung *Zeit im Bild* ein, die bis zur Einführung des privat-kommerziellen Fernsehens Anfang der 2000er-Jahre, eine Monopolstellung unter den österreichischen Nachrichtenformaten innehatte. In vielen Haushalten war das Verfolgen der *Zeit im Bild* eine abendliche Medienroutine in ihrer Kindheit bzw. Jugend. Vor allem die älteren Kohorten im Sample halten weiterhin daran fest. Einen großen Einfluss auf die weitere Sozialisation hat die Vermittlung von Lesen als Kulturtechnik. Jene, denen das Lesen in der Kindheit nicht vermittelt wurde, lesen idR auch im Erwachsenenalter nicht. Die Schule wird tatsächlich ausschließlich von begeisterten Leser*innen als einflussreich bezeichnet. Das eigene Leseverhalten ist vor allem stark von der Rolle, die Lesen innerhalb des Elternhauses innehat, abhängig. Jene, deren Eltern wenig Wert auf das Lesen legten, sind im Erwachsenenalter häufig mangelhaft alphabetisiert. Diese Disposition des medialen Habitus führt wiederum zu weitreichenden Hürden im Alltag, wie bei der Suche nach einer Erwerbstätigkeit oder dem medienkompetenten Umgang mit digitalen Medien. Jene, die das Beherrschen der Kulturtechnik Lesen als inkorporiertes kulturelles Kapital aufweisen können, können trotz ihrer geringen Bildung deutlich besser am gesellschaftlichen Geschehen teilnehmen.

Dennoch ist die Wahrnehmung des Medienwandels durch die Interviewten vor allem durch ein großes Sicherheitsbe-

dürfnis, Überforderung und die Praktikabilität im Alltag geprägt. Sie illustrieren gut den tiefgreifenden Charakter von Medien in der sozialen Welt, der geprägt ist durch Interdependenzen: Die „Mannigfaltigkeit der Medien“ (Couldry & Hepp, 2023, 69-74) ist gekennzeichnet durch die einerseits zahllose Auswahl an Möglichkeiten und das andererseits doch stark begrenzte zur Verfügung stehende Repertoire im Alltag. Das äußert sich in der in den Ergebnissen beschriebenen Auswahl des eigenen Medienrepertoires nach der Praktikabilität im Alltag. Das „Selbst“ definiert über Furcht in welchen Kontexten, Räumen und Beziehungen es sich wohlfühlt (Couldry & Hepp, 2023, 200). Insofern ist das ausgeprägte Sicherheitsbedürfnis der Proband*innen, das idR mit einer gewissen Furcht und einer Distanz zu digitalen Medien einhergeht, Teil ihres (Medien)Sozialisationsprozesses. Dennoch befinden sich ihre Mediennutzungspraktiken teils in einem für die tiefgreifende Mediatisierung typischen Spannungsverhältnis (Couldry & Hepp, 2023). So sorgt sich der Großteil um die eigenen persönlichen Daten, fürchtet die Datafizierung und meidet aus diesem Grund Online Banking und viele weitere digitale Services. Dennoch laden die meisten Fotos auf Facebook hoch und nutzen Whatsapp und andere Social Media Plattformen, um im Kontakt mit dem Umfeld zu bleiben. Denn es besteht ein gewisser Zwang „sich online darzustellen, um als soziales Wesen *einfach nur zu funktionieren*.“ (Couldry & Hepp, 2023, 205; Hervor. im Original). In einer sozialen Welt, die „*grundlegend von Medien durchdrungen*“ (Couldry & Hepp, 2023, 22; Hervor. im Original) und dabei von

vielfältigen Interdependenzbeziehungen zwischen Medien und Menschen geprägt ist, kann es zur Überforderung der sozialen Akteur*innen mit den vielen Möglichkeiten und teils auch Zwängen kommen. Die oft geringe Media Literacy trägt, wie bei Paus-Hasebrink (2022), ebenfalls zur Überforderung bei. Im Alltag äußert sich die Überforderung in FOMO oder dem im Sample häufigem aktiven Vermeiden von Handlungen.

Abschließend seien noch kurz zentrale Limitation zusammengefasst: Die begrenzten Ressourcen und die Berücksichtigung der Möglichkeiten der Zielgruppe, führten zu einigen Einschränkungen. So wurde beispielsweise aufgrund der mangelnden Literalität der Zielgruppe Abstand von selbst angefertigten Medientagebüchern genommen. Auch war es nicht möglich einen umfassenden Methodenmix, wie er sich in Paus-Hasebrink (u.a. 2017b) Langzeitstudie findet, anzuwenden, auch wenn es analytisch gewiss fruchtbar gewesen wäre. Leider wurde es verabsäumt, die Interviewpartner*innen nach dem Bildungsstand der Eltern zu fragen. Mit dieser Zusatzinformation hätten präzisere Aussagen zur Weitergabe des kulturellen Kapitals getroffen werden können. Denn Bourdieu (2010, 276) geht davon aus, dass kulturelles Kapital nur dann vermehrt angeschafft werden kann, wenn bereits die Eltern reichlich davon besitzen. Dass das soziale Feld nicht so stark determiniert ist, wie diese Annahme Bourdieus entgegen seiner Überzeugung nahelegt, zeigt sich bspw. auch an Hochschulprofessor*innen, die aus dem Arbeitsmilieu stammen (Reuter et al., 2020).

Literatur

- Allmendinger, J. (1999). Bildungsarmut – Zur Verschränkung von Bildungs- und Sozialpolitik. *Soziale Welt*, 50(1), 35–50.
- Beck, K. (2024). Mediengenerationen? Grundlagen und Kritik aus mediensoziologischer Perspektive. In Oggolder, C. & Roth-Ebner, C. (Hrsg.), *Medien - Biografien - Generationen. Theoretische, empirische und praktische Perspektiven* (S. 41-62). Nomos.
- Bourdieu, P. (1987). *Sozialer Sinn. Kritik der theoretischen Vernunft*. Suhrkamp.
- Bourdieu, P. (2010). Ökonomisches Kapital – Kulturelles Kapital – Soziales Kapital. In D. Kimmich, S. Schahadat, & T. Hausschild (Hrsg.), *Kulturtheorie* (S. 271–287). transcript.
- Bourdieu, P. (2016). *Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft*. Suhrkamp.
- Bundesgesetz vom 25. Juli 1962 über die Schulorganisation (Schulorganisationsgesetz). <https://www.ris.bka.gv.at/GeltendeFassung.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=10009265>
- Charmaz, K. (2014). *Constructing Grounded Theory*. SAGE.
- Couldry, N. & Hepp, A. (2023). *Die mediale Konstruktion der Wirklichkeit: Eine Theorie der Mediatisierung und Datafizierung*. Springer.
- Gadringer, S., Sparviero, S., Trappel, J. & Holzapfel, M. (2025). *Digital News Report 2025. Detailergebnisse für Österreich*. https://digitalnewsreport.at/wp-content/uploads/2025/06/DNR_2025_170625.pdf
- Gerhartz-Reiter, S. (2019). Bildungsungleichheit und vorzeitiger Bildungsausstieg in Österreich. In G. Quenzel, & K. Hurrelmann (Hrsg.), *Handbuch Bildungsarmut* (S. 523–544). Springer.
- Glaser, B. G. (2012). Stop. Write! Writing Grounded Theory. *Grounded Theory Review. An international journal*, 11(1), <https://groundedtheoryreview.com/2012/06/01/stop-write-writing-grounded-theory/>
- Glaser, B. G. & Strauss, A. (2010). *Grounded Theory: Strategien qualitativer Forschung*. Huber.
- Grant, A. (2024). The classed trajectory of media habitus: Television time and socioeconomic status from adolescence to adulthood. In *Poetics*, 102. <https://doi.org/10.1016/j.poetic.2023.101860>
- Hartung, A. (2010). Biographischer Ansatz. In Vollbrecht, R. & Wegener, C. (Hrsg.), *Handbuch Mediensozialisation* (S. 92-105.) Verlag für Sozialwissenschaften.

- Hepp, A. (2016). Kommunikations- und Medienwissenschaft in datengetriebenen Zeiten. *Publizistik*, 61, 225-246.
- Hepp, A. (2020). *Deep mediatization*. Routledge.
- Hepp, A., Berg, M., & Roitsch, C. (2022). *Mediengeneration und Vergemeinschaftung. Digitale Medien und der Wandel unseres Gemeinschaftslebens*. Springer.
- Hoffmann, D., Krotz, F., & Reißmann, W. (2017). Mediatisierung und Mediensozialisation: Problemstellung und Einführung. In Hoffmann, D., Krotz, F., & Reißmann, W. (Hrsg.), *Mediatisierung und Mediensozialisation: Prozesse – Räume – Praktiken* (S. 3-18). Springer.
- Kamin, A. & Sonnenschein, N. (2022). Medien und Lebensalter: Erwachsenenalter. In Sander, U., von Gross, F., & Hugger, K. (Hrsg.), *Handbuch Medienpädagogik* (S. 808-818). Springer.
- Katz, V. & Rideout, V. (2021). *Learning at Home While Under-Connected: Lower-Income Families during the COVID-19 Pandemic*.
<https://eric.ed.gov/?id=ED615616>
- Kommer, S. (2013) Das Konzept des ‚Medialen Habitus‘: Ausgehend von Bourdieus Habitus-theorie Varianten des Medienumgangs analysieren. In *MedienImpulse*, 51(4).
<https://journals.univie.ac.at/index.php/mp/article/view/mi602>
- Krotz, F. (2007). *Mediatisierung. Fallstudien zum Wandel von Kommunikation*. Springer.
- Krotz, F. (2017a). Mediatisierung: Ein Forschungskonzept. In Krotz, F., Despotović, C., Kruse, M. (Hrsg.), *Mediatisierung als Metaprozess. Transformationen, Formen der Entwicklung und die Generierung von Neuem*. (S. 13-32). Springer.
- Krotz, F. (2017b). Sozialisation in mediatisierten Welten. Mediensozialisation in der Perspektive des Mediatisierungsansatzes. In Hoffmann, D., Krotz, F., & Reißmann, W. (Hrsg.), *Mediatisierung und Mediensozialisation: Prozesse – Räume – Praktiken* (S. 21-40). Springer.
- Kutscher, N. & Iske, S. (2022). Diskussionsfelder der Medienpädagogik: Medien und soziale Ungleichheit. In Sander, U., von Gross, F., & Hugger, K. (Hrsg.), *Handbuch Medienpädagogik* (S. 667-678). Springer.
- Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs) (2024a.). *SIM-Studie. Senior*innen, Informationen, Medien*.
<https://mpfs.de/studie/sim-studie-2024/>
- Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs) (2024b). *KIM-Studie. Kindheit, Internet, Medien*.
<https://mpfs.de/studie/kim-studie-2024/>
- Müller, P. (2016). *Die Wahrnehmung des Medienwandels: Eine Exploration ihrer Dimensionen, Entstehungsbedingungen und Folgen*. Springer.
- Niemand, S. (2021). Mediatisierte Lebensführung und ihr Wandel durch Alltagsumbrüche. Zur Relevanz von Übergangsphasen in der Rezeptionsforschung. In *Medien- & Kommunikationswissenschaft*, 69(4), 505-527.
- OECD (2021). *21st-Century Readers. Developing Literacy Skills in a Digital World*. OECD Publishing.
<https://doi.org/10.1787/a83d84cb-en>
- Paus-Hasebrink, I. (2017a). Praxeologische (Medien-)Sozialisationsforschung. In Hoffmann, D., Krotz, F. & Reißmann, W. (Hrsg.), *Mediatisierung und Mediensozialisation: Prozesse – Räume – Praktiken*. (S. 103–118). Springer.
- Paus-Hasebrink, I. (2017b). *Langzeitstudie zur Rolle von Medien in der Sozialisation sozial benachteiligter Heranwachsender. Lebensphase Jugend*. Nomos.
- Paus-Hasebrink, I. (2022). (Medien-)Sozialisation sozial Benachteiligter. Ein Rückblick auf 15 Jahre Langzeitforschung. *MedienJournal*, 46(1), 4–22.
<https://doi.org/10.24989/medienjournal.v46i1.2174>
- Paus-Hasebrink, I. & Hasebrink, U. (2024). Mediengebrauchsforschung. Ein praxeologisch gerahmter Aufriss des Forschungsfeldes, das früher Publikums- und Rezeptionsforschung genannt wurde. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 72(4), 359-376.
- Paus-Hasebrink, I., & Sinner, P. (2021). *15 Jahre Panelstudie zur (Medien-) Sozialisation. Wie leben die Kinder von damals heute als junge Erwachsene?* Nomos.
- Pöyskö, A. (2009). Medienbiographie ein Leben voller Medien. *MAGAZIN erwachsenenbildung.at*. Das Fachmedium für Forschung, Praxis und Diskurs, 6.
https://erwachsenenbildung.at/magazin/09-6/meb09-6_07_poeyskoe.pdf
- Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. *On the Horizon*, 9(5).
- Przyborski, A. & Wohlrab-Sahr, M. (2021). *Qualitative Sozialforschung. Ein Arbeitsbuch*. De Gruyter.
- Quenzel, G., & Hurrelmann, K. (2019). Ursachen und Folgen von Bildungsarmut. In Quenzel, G., & K. Hurrelmann (Hrsg.), *Handbuch Bildungsarmut* (S. 3–25). Springer.
- Reuter, J., Gamper, M., Möller, C. & Blöme, F. (Hrsg.) (2020): *Vom Arbeiterkind zur Professur. Sozialer Aufstieg in der Wissenschaft*. transcript.
- Rideout, V. & Katz, V. (2016). *Opportunity for all? Technology and learning in lower-income families*.
https://joanganzcooneycenter.org/wp-content/themes/jgcc/downloader.php?file=/wp-content/uploads/2016/01/jgcc_opportunityforall.pdf
- Statistik Austria. (2013). *Studie zu Armut und sozialer Eingliederung in den Bundesländern*. Statistik Austria.
https://www.statistik.at/fileadmin/pages/338/studie_zu_armut_und_sozialer_eingliederung_in_den_bundeslaendern_20130614.pdf

- Statistik Austria. (2020). *Abgestimmte Erwerbsstatistik und Arbeitsstättenzählung 2020. Ergebnisse und Analysen*. Statistik Austria.
<https://www.statistik.at/fileadmin/publications/Abge-stimmte-Erwerbsstatistik-und-Arbeitsstaettenzaeh-lung-2020.pdf>
- Statistik Austria (2024). *Berufliche Tätigkeit unselbständig Erwerbstätiger nach höchster abgeschlossener Schulbildung und Geschlecht 2023*. Statistik Austria.
- Statistik Austria (2025). *Bildung in Zahlen 2023/2024. Schlüsselindikatoren und Analysen*. Statistik Austria.
<https://www.statistik.at/fileadmin/publications/BiZ-2023-24.pdf>
- Swertz, C., Kern, G., & Kovacova, E. (2012). Der mediale Habitus in der frühen Kindheit. *MedienPädagogik*, 22, 1-28.
<https://doi.org/10.21240/mpaed/22/2014.12.15.X>
- Trültzsch-Wijnen, C. (2020). *Medienhandeln zwischen Kompetenz, Performanz und Literacy*. Springer.

KATHARINA BIRINGER,
Mag. Bakk. phil., ist Junior Researcher am Institut für Creative Media Technology (ICMT) der University of Applied Sciences St. Pölten. Davor war sie Junior Scientist an der Österreichischen Akademie der Wissenschaften, sowie externe Lehrende an der Universität Klagenfurt. Ihre Forschungsschwerpunkte sind medienpädagogischer und -soziologischer Natur. Sie arbeitet aktuell an der Fertigstellung ihrer Dissertation im Fachbereich Medien- und Kommunikationswissenschaft zur Mediensozialisation bildungsarmer Menschen an der Universität Klagenfurt. Davor studierte sie Publizistik- und Kommunikationswissenschaft an der Universität Wien. Außerdem studiert sie Politikwissenschaft an der Universität Wien und ist Vorstandsmitglied bei Radio ORANGE 94.0, Wiens freiem Radio.