

Aline Maldener und Clemens Zimmermann (Hg.)

# LET'S HISTORIZE IT!

Jugendmedien im 20. Jahrhundert



Aline Maldener/Clemens Zimmermann(Hg.), Let's historize it!

**böhlau**

Aline Maldener/Clemens Zimmermann(Hg.), Let's historize it!

Aline Maldener/Clemens Zimmermann(Hg.), Let's historize it!

Aline Maldener, Clemens Zimmermann (Hrsg.)

# LET'S HISTORIZE IT!

Jugendmedien im 20. Jahrhundert

BÖHLAU VERLAG WIEN KÖLN WEIMAR

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

ISBN: 978-3-412-50425-0

Umschlagabbildung: Jugendliche in ihrem Zimmer, 1980, © Christa Petri/Süddeutsche Zeitung Photo

© 2018 by Böhlau Verlag GmbH & Cie  
Lindenstraße 14, D-50674 Köln  
Vandenhoeck & Ruprecht Verlage  
[www.vandenhoeck-ruprecht-verlage.com](http://www.vandenhoeck-ruprecht-verlage.com)

Alle Rechte vorbehalten. Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt.  
Jede Verwertung in anderen als den gesetzlich zugelassenen Fällen  
bedarf der vorherigen schriftlichen Einwilligung des Verlages.

Korrektorat: Claudia Holtermann, Bonn  
Satz: le-tex publishing services, Leipzig  
Einbandgestaltung: Satz + Layout Werkstatt Kluth, Erfstadt

# Inhalt

## Jugendmedien im 20. Jahrhundert

### Aline Maldener, Clemens Zimmermann

Einleitung ..... 7

### Teil 1

#### Jugendmedien als Selbstermächtigungsorgane: Politisierung, Agitation und Subversion

##### Stefan Rindlisbacher

Jugendzeitschriften zwischen Wandervogel und Lebensreform (1904–1924).... 37

##### Julia Gül Erdogan

Computerkids, Freaks, Hacker: Deutsche Hackerkulturen in internationaler Perspektive ..... 61

### Teil 2

#### Jugendmedien als Erziehungs- und Erbauungsinstrumente: Information, Bildung und Unterhaltung

##### Friederike Höhn

Zwischen Adenauer-Jugend und christlichem Pazifismus: Die Debatte um die westdeutsche Wiederbewaffnung in den frühen 1950er Jahren in Jugendmedien der katholischen und evangelischen Kirche .. 97

##### Christoph Hilgert

Der junge Hörer, das unbekannte Wesen: Programmangebote für Jugendliche im westdeutschen Hörfunk in der Mitte des 20. Jahrhunderts ..... 131

##### Michael Kuhlmann

Jugendradio in Deutschland – politisch (zu) explosiv? .....157

### Teil 3

## Jugendmedien als Vergemeinschaftungs-Agenten: Identität, Publiken und (mediales) Gedächtnis

### Andre Dechert

Zwischen Kindern, Jugendlichen und der Familie: *Fury, Am Fuß der Blauen Berge* und das Deutsche Fernsehen, 1956–1963 .....193

### Michael G. Esch

„Wir haben keine Go-Go-Girls mehr“: Der *Beat Club* als Quelle und Akteur in der Kanonisierung des Rock.....213

### Karl Siebengartner

Fanzines als Jugendmedien: Die Punkszene in München von 1979–1982 ..... 259

### Nikolai Okunew

Schwere Zeiten – Medien(praktiken) der Heavy-Metal-Szene in der DDR .. 283

Zusammenfassungen und Abstracts ..... 313

Autorenverzeichnis.....323

Sachverzeichnis ..... 327

Aline Maldener, Clemens Zimmermann

## Einleitung

### Jugendmedien in Wissenschaft und Forschung

Eine konsequent geschichtswissenschaftliche Erforschung von Jugendmedien steckt noch in den Kinderschuhen. Nicht nur in der deutschen, auch in der internationalen Historiographie werden Jugendmedien kaum als eigene Gattung wahrgenommen. Ebenso in der historischen Publikumsforschung bilden Jugendliche einen blinden Fleck, während Frauen oder Arbeiter als spezifische Publiken durchaus zum festen Bestandteil des akademischen Kanons geworden sind.<sup>1</sup> Sowohl in einschlägigen Überblicksdarstellungen zur deutschen<sup>2</sup> als auch in Handbüchern zur britischen und US-amerikanischen Mediengeschichte<sup>3</sup> wurden Jugendmedien als eigenes Forschungsfeld vollkommen ausgespart. Zumeist existieren nur Abhandlungen zu spezifischen Jugendmedienformaten oder konkreten Einzelmedien. So finden sich z. B. Arbeiten zum Jugendladio in der DDR<sup>4</sup> oder zum Jugendladioprogramm des NDR und BBC<sup>5</sup> sowie AFN<sup>6</sup>. Daneben dominieren in der deutschen Geschichtsschreibung Abhandlungen zu sogenannten Schmutz- und Schunddebatten des 19. und frühen 20. Jahrhunderts<sup>7</sup>.

- 
- 1 Vgl. u. a. Elisabeth Cheauré, Hg., *Geschlecht und Geschichte in populären Medien*, Bielefeld 2013; zum Stellenwert von Arbeitern im großstädtischen Kinopublikum vgl. u. a. Tobias Becker, Hg., *Die tausend Freuden der Metropole. Vergnügungskultur um 1900*, Bielefeld 2011.
  - 2 Vgl. Frank Bösch, *Mediengeschichte: vom asiatischen Buchdruck zum Fernsehen*, Frankfurt a.M. 2011; Ders., *Mass media and historical change. Germany in international perspective, 1400 to the present*, New York 2015.
  - 3 Vgl. Anthony Fellow, *American Media History*, Boston 3. Aufl. 2013; Asa Briggs/Peter Burke, *A Social History of the Media. From Gutenberg to the Internet*, Cambridge 3. Aufl. 2010; Kevin Williams, *Get Me a Murder Day! A History of Media and Communication in Britain*, London 2. Aufl. 2010.
  - 4 Vgl. Heiner Stahl, *Jugendladio im Kalten Ätherkrieg. Berlin als eine Klanglandschaft des Pop (1962–1973)*, Berlin 2010.
  - 5 Vgl. Christoph Hilgert, *Die unerhörte Generation. Jugend im westdeutschen und britischen Hörfunk, 1945–1963*, Göttingen 2015.
  - 6 Vgl. Anja Schäfers, *Mehr als Rock'n'Roll: Der Radiosender AFN bis Mitte der Sechziger Jahre*, Stuttgart 2014.
  - 7 Vgl. Kaspar Maase, *Die Kinder der Massenkultur: Kontroversen um Schmutz und Schund seit dem Kaiserreich*, Frankfurt a.M. 2012.



Werfen wir einen Blick auf die bisherige akademische Beschäftigung mit dem Thema, so lassen sich seit Mitte des 20. Jahrhunderts vornehmlich medien- und kommunikationswissenschaftliche sowie pädagogische Studien in der deutschsprachigen Forschung ausmachen. In Großbritannien hat insbesondere das Centre for Contemporary Cultural Studies in Birmingham um Persönlichkeiten wie Stuart Hall<sup>8</sup>, Dick Hebdige<sup>9</sup>, Paul Willis<sup>10</sup> und Angela McRobbie<sup>11</sup> mit seinen Jugendstudien von sich reden gemacht. In frühen Abhandlungen von Heinz Bonfadelli oder Dieter Baacke werden Inhalte und Nutzer kommerzieller Jugendmassenmedien primär quantitativ, deskriptiv und anhand nur weniger soziodemographischer Dimensionen – zumeist Alter und Geschlecht – über einen kurzen Zeitraum hinweg untersucht. Die Idee von Medien als zwangsläufige Sozialisationsinstanzen und die Quantifizierung von Tageszeitbudgets jugendlicher Mediennutzung standen dabei im Vordergrund.<sup>12</sup>

Demnach war die Forschung insbesondere der 1960er Jahre im Geiste kritischer Theorie noch stark vom Credo der unwiderstehlichen Manipulationskraft und bedingungslosen Wirkungsmächtigkeit von Massenmedien geprägt. Angenommene Wirkungen und Effekte der Medien auf Jugendliche wurden primär als schädlich und gefährdend erachtet, Medieninhalte als trivial oder gar primitiv diffamiert und kommerzielle Jugendmedien, insbesondere Zeitschriften, Comics und das aufkommende Fernsehen derart als Risikofaktoren, jugendlichen „Medienopfern“ antagonistisch gegenübergestellt.<sup>13</sup> Doch während der 1970er Jahre setzten sich verstärkt sogenannte *uses-and-gratification*-Ansätze durch, die anstelle des vormaligen passiven jugendlichen Medienkonsumenten als willfährigem Instru-

8 Vgl. Stuart Hall, *Resistance through rituals: youth subcultures in post-war Britain*, London 1976.

9 Vgl. Dick Hebdige, *Subculture: the meaning of style*, London 1979.

10 Vgl. Paul Willis, *Profane culture*, London 1978.

11 Vgl. Angela McRobbie, *Jackie: an ideology of adolescent femininity*, Birmingham 1978.

12 Vgl. u. a. Heinz Bonfadelli, *Die Massenmedien im Leben der Kinder und Jugendlichen*, Zug 1980; Ders., *Jugend und Medien: eine Studie der ARD/ZDF-Medienkommission und der Bertelsmann-Stiftung*, Frankfurt a.M. 1986; Ders./Ulrich Saxer, *Lesen, Fernsehen und Lernen. Wie Jugendliche die Medien nutzen und die Folgen*, Zug 1986; Dieter Baacke, *Jugendliche im Sog der Medien*, Opladen 1989.

13 Vgl. u. a. Ulrich Sander, Axel Springer als „Erzieher der Jugend“. Umfrage, Report und Dokumentation über die Konzentration der Jugendpresse und über die Situation im Bereich der Jugendzeitschriften, Wiesbaden 1967; Dieter Baacke, *Der internationale Markt der Popzeitschriften in der BRD*, in: *Deutsche Jugend, 1968*, S. 552–560; Martin Keilhacker/Erich Wasem, *Jugend im Kraftfeld der Massenmedien*, Bd. 4, München 1966; Horst Holzer/Reinhard Kreckel, *Jugend und Massenmedien: eine inhaltsanalytische Betrachtung der Jugendzeitschriften Bravo und Twen*, in: *Soziale Welt*, 1967, S. 199–215.

ment einer kapitalistischen „Kulturindustrie“ den Typus des aktiven jugendlichen Mediennutzers als Novum in die Forschungsdiskussion einbringen.<sup>14</sup>

Auch die Hinwendung zu nicht- oder semikommerziellen Jugendmedien, ausgelöst durch zeitgenössische Tendenzen von Pressekonzentration und der steigenden Dominanz des Springer-Konzerns, findet während der 1970er Jahre statt. Manfred Knoche, Monika Lindgens und Michael Meissner widmen sich in ihrer Studie *Jugendpresse in der Bundesrepublik Deutschland* von 1975/76 speziell den bis dato vernachlässigten Jugendzeitschriften, die traditionell von Verbänden, Gewerkschaften, Parteien und Kirchen oder alternativ von Jugendlichen selbst herausgegeben werden. Dabei analysieren die Kommunikationswissenschaftler nicht nur rein quantitativ die Inhalte dieser Jugendpresse, sondern auch ihre Produktionsform, beurteilen den Einfluss der Werbung auf die finanzielle Basis, betrachten den Bestand der Redaktion, der Technik und des Vertriebs und bewerten letztlich Form und Grad der Organisation der Printprodukte als auch ihren Zweck.<sup>15</sup>

Im Laufe der 1980er und 1990er Jahre wird in der Forschung die Position jenes selbstbestimmten jugendlichen Medienkonsumenten und -anwenders gestärkt, der eigene Erwartungen und Bedürfnisse an seine Mediennutzung stellt und dadurch aktiv seine eigene Mediensozialisation betreibt. Mit dem Aufkommen von Video- und Computerspielen und der Idee des sozialen Gebrauchs von Medien durch Jugendliche als Identitätskonstrukteure und *peer-group-builder* hat sich im Vergleich zum früheren „Kulturpessimismus“ so etwas wie ein „Medienoptimismus“, insbesondere in der pädagogischen Forschung, eingestellt, der durch neue Internetmedien aktuell noch gesteigert wird.<sup>16</sup> Diese Figur des jungen, aktiv-eigeninitiativen „Medienprosumenten“ soll auch im Rahmen dieses Bandes

14 Vgl. u. a. Heinz Bonfadelli, 25 Jahre quantitative Jugendmedienforschung im Rückblick. Fragestellungen, theoretische Perspektiven und empirische Zugriffe im Wandel, in: Gudrun Marci-Boehncke, Hg., *Jugend – Werte – Medien: Der Diskurs*, Weinheim/Basel 2006, S. 18–30, hier S. 20. Zum *uses-and-gratification*-Ansatz generell vgl. u. a. Philip Palmgreen, Der „Uses-and-Gratifications-Approach“. Theoretische Perspektiven und praktische Relevanz, in: *Rundfunk und Fernsehen*, 32, 1984, S. 51–62; vgl. Alan M. Rubin, *Uses and gratifications: Quasi-functional analysis*, in: Joseph R. Dominick/James E. Fletcher, Hg., *Broadcasting research methods*, Boston 1985, S. 202–220.

15 Vgl. Manfred Knoche/Monika Lindgens/Michael Meissner, *Jugendpresse in der Bundesrepublik Deutschland*, Berlin 1979.

16 Vgl. u. a. Bonfadelli, 25 Jahre Jugendmedienforschung, S. 22; vgl. weiter Daniel Süß, *Mediensozialisation von Heranwachsenden. Dimensionen – Konstanten – Wandel*, Wiesbaden 2004, vor allem Kapitel 4. Als philosophische Speerspitze im Rahmen einer medienoptimistischen Haltung vgl. Nobert Bolz, *Eine kurze Geschichte des Scheins*, München 1991; Vilém Flusser, *Digitaler Schein*, in: Florian Rötzer, Hg., *Digitaler Schein. Ästhetik der elektronischen Medien*, Frankfurt a.M. 1991, S. 147–159.

konsequent weitergeführt und in genau jener Doppelfunktion einerseits als Krea-teur und andererseits als Aneigner von Medien durchgängig und insbesondere schon vor der Entstehung audiovisueller und digitaler Jugendmedien berücksichtigt werden, also seit Ende des 19. bzw. Anfang des 20. Jahrhunderts. Dabei reicht das durch diesen Band abgedeckte thematische Spektrum von der Produktion von jugendbewegten Zeitschriften und Fanzines bis hin zur eigenwillig-kreativen Konsumtion von Radio-, Fernseh- oder Computermedien.

Neben dem Ausbau der Idee des aktiven jugendlichen Mediennutzers prägte abermals Dieter Baacke die 1980er und 1990er Jahre mit der Einnahme einer sogenannten medienökologischen Perspektive durch die Erhebung von Medienorten und Medien(um)welten. So forderte er die Beachtung konkreter Kontexte und Räume jenseits von Medien-Wirkungen und -Effekten auf Jugendliche. Baacke erkennt derart die Omnipräsenz von Medien in der jugendlichen Lebenswirklichkeit an und leistet damit aktuellen, in diesen Band eingegangenen medienhistorischen Ansätzen Vorschub, die von einer starken Medialisierung des Alltags, speziell ab Mitte des 20. Jahrhunderts, ausgehen.<sup>17</sup>

Die Studien der Birminghamer Kulturwissenschaftler zum Thema *youth*, die zwischen 1964 und den 1990er Jahren entstanden sind, fußen auf einer Mischung aus marxistischer Sozialtheorie, der Kulturalismus-These von Williams und Thompson sowie auf den ethnographischen Ansätzen von Goffman, Becker und anderen US-amerikanischen Soziologen. Angela McRobbie, die in den 1970er Jahren den engen Forschungsfokus ihrer Kollegen auf deviante, männliche und weiße *trouble-maker* kritisiert, reichert diese Perspektive durch eine zusätzliche feministische Lesart von sogenannten *girls magazines* an, allen voran der Mädchenzeitschriften *Jackie* und *Seventeen*. McRobbie analysiert insbesondere die darin verankerte „romantic fiction“, die fiktionalen, als Comics angelegten Liebesgeschichten. Im Zuge einer psychoanalytisch-dekonstruktivistischen Herangehensweise untersucht sie die weiblichen Protagonisten jener Geschichten im Hinblick auf ihr Potential als Konstrukteure spezifischer Formen von „femininity“ und „romance“, die – so McRobbie – leitgebend für junge *working-class girls* der 1970er und 1980er Jahre gewesen sein sollen.<sup>18</sup> Zeitgenössisch wird McRobbies Ansatz von Martin Barker, Dorothy Holland u. a. kritisch betrachtet. Laut Barker kreiere McRobbie durch ihre semiotische Textanalyse eine „false girls community“, die auf den Faktoren „romance“, „beauty“, „pop“ und „domesticity“ beruhe und darüber entscheidende

17 Vgl. Dieter Baacke/Frank Günter, *Medienwelten – Medienorte: Jugend und Medien in Nordrhein-Westfalen*, Opladen 1991.

18 Vgl. Angela McRobbie, *Feminism and youth culture: from „Jackie“ to „Just Seventeen“*, London 1991.

Unterschiede von „class“ und „ethnicity“ innerhalb der Rezipientinnenschaft der Magazine überdecke. Darüber hinaus wird auch schon in den 1980er und 1990er Jahren die grundsätzliche kultur- und kapitalismuskritische Implikation moniert, die nicht nur McRobbies, sondern auch anderen Studien des Birminghamer Centers zu eigen ist.<sup>19</sup>

2004 legte der britische Kommunikations- und Medienhistoriker Bill Osgerby mit „Youth Media“<sup>20</sup> eine einschlägige Studie vor. Osgerby fragt nicht nur aus kultur- und sozialgeschichtlicher Sicht, sondern auch vor dem Hintergrund politischer und ökonomischer Entwicklungen in Großbritannien aus einer Langzeitperspektive seit 1945 nach der Verbindung von „youth“ und „media“. Dabei geht es nicht nur um die Frage nach Medien von oder für Jugendliche, sondern auch um Repräsentationen von Jugendlichen in Medien, weiterhin um jugendliche Mediennutzung und Rezeption, um die Rolle der New Media als auch um das Spannungsfeld von globaler Medienproduktion und lokal-regionaler Medienaneignung. Osgerby gelingt dabei nicht nur eine integrale Mediengeschichte, sondern auch eine Aussöhnung zweier eher divergierender theoretischer Ansätze. Er lotet das Verhältnis von „youth“ und „media“ sowohl politisch-ökonomisch, d. h. entlang von Machtstrukturen, als auch gemäß der Maxime der Cultural Studies aus, die die Position der *agency* des jugendlichen Medienkonsumenten als selbstbestimmtem Akteur stärken, was – wie schon betont – auch das Hauptanliegen des Bandes ist.

Dieser basiert auf der Idee, dass die historische Jugendmedienforschung eine Chance darstellt, die Felder der Sozial- und Mediengeschichte zu dynamisieren, neue Zusammenhänge zwischen Kultur- und Zeitgeschichte aufzuzeigen und erste Schneisen in ein bislang brachliegendes Gebiet der Medienforschung zu schlagen. Grundsätzlich muss es sich die Geschichtswissenschaft zur Aufgabe machen, die bislang überwiegend aktualistische Jugendmedienforschung zu historisieren, sie in längere, weitere und tiefere Zusammenhänge zu stellen, sie anders und umfassender zu kontextuieren. Dazu werden sowohl strukturelle Zusammenhänge als auch Bedeutungs-Aspekte auf Makro- wie Mikroebene zu eruieren sein. Insofern sind weder die bisher stark in der kultur- und sozialwissenschaftlichen Forschung vertretenen Inhaltsanalysen von Magazinen, Filmen oder Fernsehserien, die zu meist auf die Konstruiertheit und Fiktivität von Bildinhalten oder die Narration

19 Vgl. Lorraine Gamman, Rezension zu: Feminism and youth culture: from „Jackie“ to „Just Seventeen“, in: Feminist Review, H. 41, 1992, S. 121–125; vgl. Dorothy Holland, Rezension zu: Feminism and youth culture: from „Jackie“ to „Just Seventeen“, in: American Journal of Sociology, Jg. 98, H. 1, 1992, S. 179 f.

20 Vgl. Bill Osgerby, Youth Media, London 2004.

des Textes abheben, zufriedenstellend noch soziale Mikrostudien, die als Beispiel lediglich einen konkreten Fall beleuchten können.

## Was sind Jugendmedien?

Bevor ein konzises Programm für eine denkbare Historisierung von Jugendmedien vorgeschlagen werden kann, müssen zunächst definitorische Überlegungen erfolgen, um den Untersuchungsgegenstand näher zu bestimmen. Dies geschieht durch eine Annäherung an die beiden Bestandteile des Kompositums: Jugend und Medien.

„Jugend“ wurde erst seit dem Aufklärungsdiskurs als eigene Kategorie wahrgenommen und emanzipierte sich mit der Jugendbewegung als distinkte Selbstbeschreibung. Insofern ist der Bezug auf eine bestimmte Altersgruppe bei Jugendmedien historisch und sozialgeschichtlich variabel. Seit etwa 1960/70 – unter Einfluss der sich rasch verändernden Konsum- und Musikkultur<sup>21</sup> – würde man das Jugendalter auf zwölf oder 14 bis 25 Jahre ansetzen, während sich im 19. Jahrhundert die Jugendzeit häufig auf ganz wenige Jahre reduzierte – die Zeit von 14 bis 16, vielleicht 18 Jahren. Geht man noch weiter zurück, so war die Lehre ein Teil der „Jugend“ im männlichen Handwerksmilieu, nicht aber mehr die Gesellenzeit.<sup>22</sup> Bei jungen Frauen war die Definition von „Jugend“ sehr stark vom sozialen Status sowie bei beiden Geschlechtern definitiv vom Eintritt in die Ehe und einer eigenen Haushaltsführung abhängig. Ferner verlief „Jugend“ im 19. und in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts im Bürgertum und bei Arbeitern völlig unterschiedlich. Auch heute bestehen große soziale, bildungs- und geschlechtsbezogene Unterschiede, die in der gegenwartsbezogenen Forschung immer wieder neu entdeckt und wenig in ihren Kontinuitäten gesehen werden.

Grundlegend für das Verständnis von Jugendmedien ist zudem die Unterscheidung von Medien *für* Jugendliche und *von* Jugendlichen. Eigenproduzierte Jugendmedien traten in den 1950er bis 1970er Jahren erstmals deutlicher hervor,

21 Empirische Daten bei: Konrad Dussel, The Triumph of English-Language Pop Music: West German Radio Programming, in: Axel Schildt/Detlef Siegfried, Between Marx and Coca-Cola. Youth Cultures in Changing European Societies, 1960–1980, New York/Oxford 2006, S. 127–148; vgl. auch Gunter Mahlerwein, Zwischen ländlicher Tradition und städtischer Jugendkultur? Musikalische Praxis in Dörfern 1950–1980, in: Franz-Werner Kersting/Clemens Zimmermann, Hg., Stadt-Land-Beziehungen im 20. Jahrhundert. Geschichts- und kulturwissenschaftliche Perspektiven, Paderborn 2015, S. 113–136.

22 Vgl. Ulrich Herrmann, Familie, Kindheit, Jugend, in: Karl-Ernst Jeismann/Peter Lundgreen, Hg., Handbuch der deutschen Bildungsgeschichte, Bd. III: 1800–1870, München 1987, S. 53–70.

obgleich Schülerzeitschriften und einige jugendbewegte Organe – wie z. B. die von Stefan Rindlisbacher in diesem Band diskutierte Lebensreform-Zeitschrift *Tao* –, die zumindest partiell innerhalb der eigenen *peer group* konzipiert und produziert wurde, schon in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts eine Rolle gespielt haben. Eine Katalysatorfunktion hatten sicherlich die sogenannte 68er- und die aus ihr hervorgehende Frauen-Bewegung, in deren Kontext vor allem Flugblätter, Flugschriften, Plakate und semiprofessionell gestaltete Magazine auch von jungen Studentinnen und Studenten entstanden, und die mitunter linke Buchläden eröffneten, woran sich die wichtige Verknüpfung von Medialisierungsprozessen und (autonomen, politischen) Medienräumen offenbart.<sup>23</sup> Im späten 20. Jahrhundert ergänzten Videos<sup>24</sup>, englischsprachige, dann selbstproduzierte Musik das Jugendmedien-Ensemble. Heute sind es Zulieferungen für YouTube oder Assemblagen aus eigenem und fremdem Material. Dabei ist die entscheidende Frage, ob wir es wirklich in Reinkultur mit *digital natives* zu tun haben oder vielmehr mit einem Typus von jungem Mediennutzer, der lediglich eine Weiterentwicklung bereits bekannter und gängiger Anwendungs- und Aneignungspraktiken von Medien betrieben hat.<sup>25</sup> Grundsätzlich sensibilisiert diese Unterscheidung von Medien *von* und *für* Jugendliche den Blick dafür, wie stark sich in diesen

23 Vgl. Klaus Wernecke, Flugblatt und Flugschrift in der Studentenbewegung der sechziger Jahre, in: Werner Faulstich, Hg., Die Kultur der sechziger Jahre, München 2003, S. 165–176; Sven Reichardt, Authentizität und Gemeinschaft. Linksalternatives Leben in den siebziger und achtziger Jahren, Berlin 2014.

24 Vgl. Sarah Banet-Weiser, Branding the Post-Feminist Self: Girls' Video Production and YouTube, in: Mary Celeste Kearney, Mediated Girlhoods. New Explorations of girls' media culture, New York 2011, S. 277–294. Zu Raubkopien: Peter Datchille, Steal This Article, in: Shirley Steinberg u. a., Hg., Contemporary Youth Culture. An International Encyclopedia, Vol. 1, Westport 2006, S. 148–156.

25 *Digital natives* scheinen gekennzeichnet durch ihre globalisierten Netzwerke einerseits, durch abgeschirmte Privatsphären, andererseits im Rahmen von Freunden und Familie. Es werden ausgeprägte Rollen eingenommen: die des Kreativen, des Innovators, des Aggressors, des Aktivisten. Weiterhin scheinen Lernbereitschaft und die Bereitschaft, bestimmte soziale Normen zu überschreiten, typische Merkmale dieses neuen Mediennutzers zu sein; vgl. John Palfrey/Urs Gasser, Born digital: Understanding the first generation of digital natives, New York 2008. Joe L. Kincheloe betont die Fähigkeit von Jugendlichen, mittels Multitasking Arbeitsaufgaben und eigene Unterhaltung miteinander zu verbinden: Ders., MTV: Killing the Radio Star, in: Shirley Steinberg u. a., Hg., Contemporary Youth Culture. An International Encyclopedia, Vol. 1, Westport 2006, S. 83–90. Roland Eckert u. a., Auf digitalen Pfaden: die Kulturen von Hackern, Programmierern, Crackern und Spielern, Opladen 1991 sah im Zeichen einer Veralltäglichen des Computers einen kontrovers geführten Diskurs über dessen Folgen, z. B. befürchteten manche Zeitgenossen die Verkümmern der Schriftsprache und die Enteignung der Erfahrungsdimension; die Erschließung neuer Wirklichkeitsdimensionen bis zur aufsprengenden Praxis der Hacker erschien auf der positiven Seite. Zum mediengeschichtlichen Hintergrund vgl. Werner Faulstich,

Medien tatsächliche Sichtweisen und Bedürfnisse von Jugendlichen bzw. jungen Erwachsenen artikulieren können oder inwieweit ein normativ-intentional gelagertes jugendliches „Programm von oben“ vorliegt.

Bei Jugendmedien handelt es sich entweder um kommerzielle, marktorientierte Produkte, von denen dann ein jugendspezifischer, selektiver Gebrauch gemacht wird, oder aber es dreht sich um Produktionen, die zum Selbstkostenpreis in Eigenregie hergestellt wurden. Sowohl bei kommerziellen als auch bei semi- oder nichtkommerziellen Jugendmedien sollte die Forschungsperspektive nicht zu stark auf eine explizite Politisierung durch Jugendmedien eingeengt werden, auf Jugendmedienpolitiken (von Kommunisten, Nationalsozialisten, Jugendmedienreformern, katholischen Aktivisten u. a.), oder auf das indirekt oder untergründig Politische in Jugendbuchtexten. Auch der Bereich der Unterhaltung und potenzieller Verhaltens-Selbstmodellierung ist relevant. So dürfen Jugendliche im Rahmen einer historischen Medienforschung nicht ausschließlich als Konsumenten von industriell gefertigten Medien gedacht, sondern müssen in gleichem Maße, wie schon ausgeführt, als Produzenten bzw. als „Prosumenten“ begriffen werden, d. h. in der Wechselwirkung ihrer doppelten Funktion. Damit verbunden ist zwangsläufig die Frage nach speziellen jugendlichen Publiken und Vorlieben, ferner nach nationalen und internationalen Märkten und Marktsegmenten für solche Medien.

Mediengeschichtlich betrachtet waren Jugendmedien zunächst Teil eines stark definierten Printmarktes mit spezialisierten Verlagen und klaren Genres, Stilrichtungen und Adressierungen. Die Entwicklung im späten 20. Jahrhundert lief in Richtung wachsender Multimedialität, Crossover-Effekten und der Bildung subjektiv autonomer Medienräume bzw. als autonom wahrgenommener Räume. Während im Printbereich entweder Erwachsenenmedienkonzepte (Literatur, Illustrierte) an jugendliche Konsumstile und Lebenswelten angepasst wurden oder sich Jugendliche diese Konzepte z. B. in Form von Fanzines oder selbst aufgenommenen und kopierten Kassetten – wie Karl Siebengartner und Nikolai Okunew am Beispiel des Punk und des Heavy Metal in diesem Band zeigen – autonom und kreativ aneigneten, kam es mit der Ausdifferenzierung von Medien und durch ihre spezifische technische Entwicklung zu Formen, die von Anfang an auf Jugendliche konzentriert waren und wo kaum ein Pendant für ein erwachsenes Publikum existierte: Darunter fallen ab den frühen 1980er Jahren insbesondere audiovisuelle Medien wie Musikvideos auf MTV, am Ende des Jahrzehntes sind es sogenannte *born digital*-Medien wie Facebook und Whatsapp, die selbst von

---

Die Anfänge einer neuen Kulturperiode: der Computer und die digitalen Medien, in: Ders., Hg., Die Kultur der 80er Jahre, München 2005, S. 231–245.

jungen Erwachsenen dezidiert für eine jugendliche Klientel entwickelt, späterhin allerdings auch von Erwachsenen stark genutzt wurden. Umgekehrt muss die historische Jugendmedienforschung die jugendspezifische Nutzung von primären Erwachsenenmedien reflektieren und damit die lange Zeit auf das „Jugendbuch“ fixierte Forschungsperspektive aufbrechen. Der Beitrag von Andre Dechert zum Verhältnis von Familien- und Jugendprogramm der ARD in diesem Band verweist genau auf jene definitorischen Komplexitäten. Es stellt sich demnach generell die Frage, inwieweit Jugend-, Kinder- und Erwachsenenmedien im Einzelfall immer trennscharf voneinander abzugrenzen sind oder ob wir es nicht vielmehr, wie auch John Storey für den Begriff der *popular culture* grundsätzlich konstatiert, mit einer „empty conceptual category“ zu tun haben, „one that can be filled in a wide variety of often conflicting ways, depending on the context of use“.<sup>26</sup>

## Historisierung von Jugendmedien – Theoretische und methodische Überlegungen

Das Historisierungsprojekt, das der vorliegende Band weiterführen und neu konzipieren möchte, geht von den mediengeschichtlich gebräuchlichen Leitkategorien Produktion, Inhalt und Rezeption aus, die konsequent zusammen, d. h. in ihrer wechselseitigen Bedingtheit gedacht werden müssen. Grundsätzlich stellt sich dabei die Frage nach dem Zusammenhang der Entwicklung von „Jugend“ und „Medien“ bzw. Medialisierungsprozessen<sup>27</sup>. Theoretisch und methodisch verfolgt der Band eine konsequente Doppelperspektive: Einerseits geht es um eine Art „jugendliche Nabelschau“, d. h. die Innensicht jugendlicher Akteure auf Medien, die von ihnen zum Zwecke kollektiver Vergemeinschaftung, Selbstvergewisserung oder zur Selbsthistorisierung eigens produziert und spezifisch angeeignet wurden. Andererseits geht es um die Produktion und Wahrnehmung der Jugendmedien

<sup>26</sup> Vgl. John Storey, *Cultural theory and popular culture: an introduction*, Harlow u. a. 2012, S. 1–16, hier S. 1. Auch Geisthövel und Mrozek begreifen das Konzept des „Pop“, ohne das Zeitgeschichte im 20. Jahrhundert aus Sicht der Herausgeber nicht mehr geschrieben werden könne, weniger als starre analytische Kategorie denn als Quellenbegriff, vgl. Alexa Geisthövel/Jürgen Danyel/Bodo Mrozek, Hg., *Popgeschichte*. Bde. 1 und 2, Bielefeld 2014.

<sup>27</sup> Zum Begriff der Medialisierung im hier verstandenen Sinn: Nick Couldry/Andreas Hepp, *Conceptualizing Mediatization: Contexts, Traditions, Arguments*, in: *Communication Theory*, Jg. 23, H. 3, 2013, S. 191–202; Andreas Fickers, *Der „Transistor“ als technisches und kulturelles Phänomen: die Transistorisierung der Radio- und Fernsehempfänger in der deutschen Rundfunkindustrie 1955 bis 1965*, Bassum 1998; Johan Fornäs, *Mediatization of Popular culture*, in: Knut Lundby, Hg., *Mediatization of Communication*, Berlin/Boston 2014, S. 483–504.



von „außen“, wobei das Spektrum der Intentionen, aus denen heraus Medien „von oben“ für Jugendliche geschaffen oder wahrgenommen wurden, von Politisierung und Erziehung bis hin zu Information und Erbauung reichte. Methodisch ist eine Geschichte von Jugendmedien speziell des 20. Jahrhunderts durch die notwendige Einbeziehung von Medienformaten jenseits von Textlichkeit stark herausgefordert. So ist es der gesamte Komplex von audiovisuellen Medien, vom Film über die Fernsehserie bis hin zu Video- und Computerspielen, die gleichsam auf den Ebenen von Produktion, Inhalt und Rezeption untersucht werden müssen. Generell muss der multimodale Charakter von Medien selbst unbedingt berücksichtigt werden. So ist beispielsweise eine Schallplatte laut Daniel Morat zugleich „Ton-, Text- und Bildspeicher“ und verlangt dementsprechend eine Analyse auf auditiver, visueller wie textlicher Ebene.<sup>28</sup> Perspektivisch gesehen sind es allen voran die sogenannten *born digital*-Medien, häufig Internetquellen, die durch ihren prozessualen Charakter und der schwierig zu klärenden Frage nach ihrer individuellen oder kollektiven Urheberschaft neue, extrem hohe Anforderungen an eine historische Quellenkritik und -interpretation stellen werden und einer mehrdimensionalen Untersuchung bedürfen. Werfen wir einen Blick auf die Genese und Entwicklung eines Wikipedia-Artikels, von Chatroom-Kommunikation oder auf die Nutzung von Suchmaschinen, so wird dies sehr deutlich, denn die Prozesshaftigkeit und Interaktivität ihrer Herstellung als auch die Komplexität und Heterogenität ihres Adressatenkreises machen eine solch vielschichtige und mehrstufige Betrachtung unabdingbar.

Insofern sollten neben klassisch hermeneutischen Perspektiven der Geschichtswissenschaft methodische Instrumentarien aus den Nachbardisziplinen fruchtbar gemacht werden. Zur Analyse institutioneller wie personeller Produktionskontexte und -strukturen von Jugendmedien bieten sich Netzwerk-Analysen an, um die entscheidenden Akteure und ihre Interdependenzen aufzuzeigen. So lassen sich wechselseitige und insbesondere transnationale Kontakte zwischen Verlegern, Print- und Rundfunkredakteuren, aber auch zwischen jugendlichen Medienproduzenten alternativer Milieus, z. B. aus der Hausbesetzerszene, nachweisen, die entscheidenden Einfluss auf Inhalt und Gestaltung der jeweiligen Jugendmedien gehabt haben.

Um die inhaltlich-programmatische Ebene von Jugendmedien zu fassen, können Historiker und Historikerinnen auf einen breiten Fundus an Instrumenten aus

---

28 Vgl. Daniel Morat, Der Klang der Zeitgeschichte. Eine Einleitung, in: Zeithistorische Forschungen/Studies in Contemporary History, Online-Ausgabe, 8/2, 2011 <http://www.zeithistorische-forschungen.de/2-2011/id=4607> (01.11.2017).

den Nachbarwissenschaften zurückgreifen. So kommt grundsätzlich für Inhaltsanalysen die gesamte Palette an musik-, bild-, sprach- und literaturwissenschaftlichen Methoden infrage, die auch gerade für die im 20. Jahrhundert so wichtigen audiovisuellen Quellen Analyserüstzeug liefern. Debatten über Probleme und Potentiale der Implementierung solcher Instrumentarien in die geschichtswissenschaftliche Praxis haben Daniel Morat mit seiner *sound history*<sup>29</sup> und Gerhard Paul mit seiner *visual history*<sup>30</sup> angestoßen. Morat und Paul machen deutlich, dass die Dimensionen des Auditiven und Visuellen bei Songs und Radiobeiträgen oder Filmen und Fernsehserien nicht hinter den Songtexten und Drehbuchskripten verschwinden dürfen. Das Einfangen des „Sounds“ der Geschichte als auch ihrer „Ikonizität“ sowie die dabei notwendigen „Übersetzungsleistungen“ von Bild und Ton hin zu Text gehören zu den zukünftigen Aufgaben einer historischen Jugendmedienforschung.

Für dezidierte Rezeptionsstudien erweisen sich Methoden der empirischen Sozialforschung oder Experten- sowie Zeitzeugeninterviews im Sinne einer Oral History als sinnvoll. Insbesondere lokale oder regionale Mikro-Studien, auch Grenzraumbetrachtungen, können derart realisiert werden. Um der technischen Dimension Genüge zu tun, kann die Einnahme einer „medienarchäologischen“ Perspektive, d. h. die Respektierung der Dinglich- oder Geräthaftigkeit, der Materialität, von Jugendmedien einen Erkenntnisgewinn bringen.<sup>31</sup> Zur Analyse von Anwendungs- und Nutzungspraktiken sowie -kontexten, sowohl bei älteren Jugendmedien wie Schallplatten, Radio(-geräten) als auch bei den Neuen Medien wie Video- und Computerspielen sowie Smartphone und Tablet-Geräten kann die Analyse der materiellen Dimension von Jugendmedien aufschlussreich sein: Welche Gebrauchsvorschriften sind den Jugendmedien durch ihre spezifische Materialität sozusagen „eingeschrieben“? Und welche Rolle spielt die Materialität generell

29 Vgl. Daniel Morat, *Wissensgeschichte des Hörens in der Moderne*, Berlin/Boston 2017; Ders., *Sounds of modern history: auditory cultures in 19th and 20th century Europe*, New York 2014; Ders., Hg., *Politik und Kultur des Klangs im 20. Jahrhundert*, Göttingen 2011.

30 Vgl. Jürgen Danyel/Gerhard Paul/Annette Vowinkel, *Arbeit am Bild. Visual History als Praxis*, Göttingen 2017; Gerhard Paul, *BilderMACHT. Studien zur Visual History des 20. und 21. Jahrhunderts*, Göttingen 2013; vgl. Ders., *Visual History: ein Studienbuch*, Göttingen 2006.

31 Vgl. exemplarisch zum Ansatz der Medienarchäologie: Andreas Fickers, *Hands-on! Plädoyer für eine experimentelle Medienarchäologie*, in: *Technikgeschichte*, Jg. 82, H. 1, 2015, S. 67–85; Simon Huber, *Zur Geschichte der Cutscenes. Versuch einer Medienarchäologie kommerzieller Videospiele*, in: Florian Kerschbaumer, Hg., *Frühe Neuzeit im Videospiele: geschichtswissenschaftliche Perspektiven*, Bielefeld 2014, S. 71–86; Burkhardt Lindner, *Filmraum und Tonraum: zur Medienarchäologie des frühen Tonfilms*, in: Henning Engelke, Hg., *Film als Raumkunst: historische Perspektiven und aktuelle Methoden*, Schüren 2012, S. 115–135.

für ihre Portabilität und das seit einiger Zeit omnipräsente „To-Go-Phänomen“ bei Jugendmedien?

Ferner waren und sind Jugendmedien stets eingebettet in eine Geschichte allgemeiner wie auch selektiver Medialisierung. Sie werden wie alle Medien an besonderen Orten angeeignet, sodass neben anhaltenden Stadt-Land-Unterschieden<sup>32</sup> auch Tendenzen der Internationalisierung, die Transfers und Modifizierungen von Produkten und Formaten zu reflektieren sind. Trotz der Übernahme amerikanischer Muster sind nationale Varianten und Unterschiede in Europa z. B. bei bevorzugten Filmgenres bedeutend, ebenso sind innereuropäische Transfers von Formaten der Kinder- und Jugendmedien hoch relevant, über die bislang fast nichts bekannt ist. Die jeweilige Mikro- sollte konsequent auf die Makroebene bezogen werden, was aber keineswegs heißen soll, dass man auf Fallstudien völlig verzichtet. Die Autorinnen und Autoren dieses Bandes wissen sich einem solchen Programm verpflichtet und darin liegt, nicht zuletzt, sein systematischer Stellenwert, denn gegenüber einer gegenwartsbesessenen und stark aufgesplitterten Forschung mit einem gewaltigen Defizit an historischen Studien gilt es künftig, Voraussetzungen für komparative Ansätze, insbesondere transnationale Vergleiche im Sinne einer *connective comparison*<sup>33</sup>, und für die Untersuchung von Transferprozessen zu schaffen, um Jugendmedien, die in ihrem Wesen stets kulturelle Hybride und zum Teil internationale *Mélanges* darstellen, überhaupt gerecht werden zu können. Auch hier bieten sich wiederum methodische Anleihen bei den Kulturwissenschaften an, die Berücksichtigung von Konzepten und Ideen interkultureller Kommunikation wie die Analyse nationaler Eigen- und Fremdwahrnehmungen in und von Jugendmedien oder die Untersuchung von Transferprozessen der durch Jugendmedien hergestellten und damit kolportierten Ausformungen von „Jugendkultur“, die auch Julia Erdogan in ihrem Beitrag zur jugendlichen Computernutzung subkultureller Hackergruppen in der BRD und der DDR in diesem Band in den Fokus stellt.<sup>34</sup> Auch die Zusammenarbeit in multinationalen Forscherverbänden

32 Vgl. Gunter Mahlerwein, *Alternative Cinema in the Youth Centre Movement in Germany in the 1970s and 1980s*, in: Judith Thissen/Clemens Zimmermann, Hg., *Cinema beyond the City. Small-Town and Rural Film Culture in Europe*, London 2016, S. 181–193; Mélisande Leventopoulos, *Catholic Cinephilia in the Countryside: The Jeunesse Agricole Chrétienne and the Formation of Rural Audiences in 1950s France*, in: Thissen/Zimmermann, *Cinema beyond the City*, S. 165–180.

33 Vgl. dazu Pablo Dominguez, Rezension zu: Eve Weinbaum u. a., Hg., *The Modern Girl Around the World: Consumption, Modernity, and Globalization*, Durham 2009 <http://hszkult.geschichte.hu-berlin.de/rezensionen/2011-2-203> (01.11.2017).

34 Vgl. zum Konzept des dynamischen Kulturbegriffes u. a.: Alfred Hirsch, Hg., *Interkultur – Jugendkultur. Bildung neu verstehen*, Wiesbaden 2010; einschlägig zum Forschungsfeld der Interkulturellen Kommunikation: Hans-Jürgen Lüsebrink, *Interkulturelle Kommunikation*, Stuttgart

kann die Durchsetzung einer grenzübergreifenden Perspektive in der historischen Jugendmedienforschung gewährleisten.

Historisierung zielt darauf ab, zu erkennen, was wirklich neu ist in der „Gegenwart“. Die heutige Jugendmedienforschung betont, dass trotz Fernsehunterhaltung und der Nutzung von Informationen aus Fernsehen und Radio das Lesen immer noch wichtig sei, alte Medien, so Treumann u. a., würden durch neue nur ergänzt.<sup>35</sup> Generell habe die Entstehung neuer Medien im Ensemble retrospektiv in der Regel nicht zu einer Substitution etablierter Medientypen geführt, sondern lediglich deren Funktion vom Leit- zum Begleitmedium verändert, wie sich beispielsweise an der Bedeutungsverschiebung des Radios durch den Siegeszug des Fernsehens seit den 1960er Jahren beobachten lässt.<sup>36</sup> Ausgehend von dieser Prämisse muss Jugendmedienforschung immer die epochen- und sozialspezifische Zusammensetzung von tatsächlich genutzten Medienensembles untersuchen. Diese Ensembles waren komplexer als man sich durch die Fixierung der Forschung auf das literarische Buch lange vorstellte, z. B. in der Thürungen-Studie Alfred Schmidts von 1938 zeigte sich, dass Jugendliche unterschiedliche Teile der Lokalzeitung intensiv lasen und zwar geschlechtsspezifisch ausgeprägt. Stehen Whatsapp und YouTube also nur in der Tradition der *penny magazines* und des Jugendbriefes des 19. Jahrhunderts? Und ist der Tomboy im zeitgenössischen Hollywoodfilm lediglich eine Weiterentwicklung des jugendlichen Wildfanges aus den Backfischromanen?<sup>37</sup> Was ist tatsächlich „neu“ an Neuen Medien; diese Frage stellt sich in der gegenwärtigen Mediengeschichte auch an anderen Stellen. Zur Klärung dieser Frage muss notwendigerweise – insbesondere für das ausgehende 20. Jahrhundert – auch die

---

2005; Matthias Otten, Hg., *Interkulturelle Kompetenz im Wandel 1: Grundlegungen, Konzepte und Diskurse*, Berlin 2009.

35 Vgl. Klaus-Peter Treumann u. a., *Medienhandeln Jugendlicher. Mediennutzung und Medienkompetenz. Bielefelder Medienkompetenzmodell*, Wiesbaden 2007. Diese Studie basierte auf einer Befragung von 3200 Jugendlichen und 40 leitfadengestützten Interviews. Sie stellte heraus, dass Fernsehen trotz eines umfassenden Angebots neuer Medien immer noch das beliebteste war. Jugendliche könnten über die verschiedenen Genres (Serien, Nervenkitzel durch Horror, Action, Katastrophenfilme, Komödien) die individuellen Gefühle „managen“, aber sie nutzen auch die Informationsangebote und könnten klar zwischen Realitätsdarstellung und Fiktionalität unterscheiden. Die alten Medien würden nicht verdrängt, sondern ergänzt. Die Interessen der Jugendlichen wurden demnach weniger durch Medien bestimmt, als dass die Interessen und Hobbys die Medienbenutzung steuerten. Jugendliche nutzten demnach Medien sehr different, deswegen seien Schlagworte nicht angebracht, vielmehr sei eine Typologie zu entwickeln, z. B. *Bildungsorientierten* stünden *Positionslose* gegenüber (ebd., S. 673 f.).

36 Einschlägig dazu vgl. Helmut Schanze, *Integrale Mediengeschichte*, in: Ders., Hg., *Handbuch der Mediengeschichte*, Stuttgart 2001, S. 207–283.

37 Vgl. Kristen Hatch, *Little Butches: Tomboys in Hollywood Film*, in: Mary Celeste Kearney, Hg., *Mediated Girlhoods. New Explorations of girls' media culture*, New York 2011, S. 75–92.

Intermedialität real existierender Jugendmedien-Ensembles berücksichtigt werden. So verweisen Medienhistoriker wie Andreas Fickers u. a. zu Recht darauf, dass gerade eine integrale Mediengeschichte eine synchrone oder diachrone Betrachtung trans- und intermedialer Bezüge zwischen einzelnen Medien innerhalb eines größeren Medienverbundes erfordere.<sup>38</sup> Auch in zeitgenössischen medienpädagogischen und kommunikationswissenschaftlichen Studien wird deutlich, dass die Parallel- und Mehrfachnutzung unterschiedlicher Jugendmedientypen seit den 1960er Jahren ubiquitär soziale Realität von Jugendlichen war.<sup>39</sup>

Unauflöslich verquickt mit einer als integral gedachten Jugendmediengeschichte ist die Kategorie der Generation bzw. Generationalität. Eine historische Betrachtung von Jugendmedien kommt nicht umhin, Generationen von Jugendbuchautoren und ihre Leserschaften als analytische Kategorie miteinzubeziehen, ferner sich wandelnde Konzepte von Zeitschriftenredaktionen, die sich auf diese Generationen einstellten. Bereits 1988 hat Helmut Fend das Konzept der „Jugendgenerationen“ in die medienpädagogische Forschung eingebracht. Seiner Ansicht nach zeichneten sich Jugendliche derselben Alterskohorte durch ähnliche Sozialisations- und Medienerfahrungen aus und bildeten darüber eine eigene, spezifische (Medien-)Generation aus.<sup>40</sup> Bei der Frage nach (Jugendmedien-) Generation bzw. Generationalität sind aber nicht nur normative Positionen zum Mediengebrauch zu reflektieren, sondern Milieus von Mediennutzung zu eruieren und damit auch generationelle Mediensozialisierungen zu rekonstruieren, etwa über Befragungen und die Rekonstruktion von generationenspezifischen Bestsellern.

Historisierung bedeutet nicht zuletzt, die impliziten Kategorien von Jugendforschung des 20. Jahrhunderts selbst zu reflektieren, auch die Datengrundlage heutiger und vergangener Studien, ebenso deren zugrunde liegenden sozialen Interessen und Diskurse. Denn Jugendmedien waren und sind seit der Frühen Neuzeit Gegenstand sozialpsychologischer, ästhetischer und soziologischer, vor allem aber pädagogischer Diskurse, die ungeheuer normativ aufgeladen waren und teils immer noch sind.<sup>41</sup> Insofern hatten und haben die Jugendmedien zwei

38 Vgl. Andreas Fickers, *Eventing Europe: europäische Fernseh- und Mediengeschichte als Zeitgeschichte*, in: *Archiv für Sozialgeschichte*, Jg. 49, 2009, S. 391–416, hier S. 415.

39 Vgl. wiederum Bonfadelli, *Massenmedien*, Zug 1980; Hertha Sturm/J. Ray Brown, Hg., *Wie Kinder mit dem Fernsehen umgehen. Nutzen und Wirkung eines Mediums*, Stuttgart 1979.

40 Vgl. Helmut Fend, *Sozialgeschichte des Aufwachsens. Bedingungen des Aufwachsens und Jugendgestalten im zwanzigsten Jahrhundert*, Frankfurt a.M. 1988.

41 Vgl. z. B. Susan Talburt/Nancy Lesko, *Historizing Youth Studies*, in: Awad Ibrahim/Shirley R. Steinberg, Hg., *Critical Youth Studies Reader*, New York 2014, S. 26–37. Diese Studie greift für die USA solche jugendpädagogischen Debatten in einer Längsschnittanalyse beginnend mit „pastoralen Impulsen“ während der Hochurbanisierung der 1880er und 1890er Jahre bis in die

Publiken: die Jugendlichen selbst und diejenigen, die in beruflichen Feldern agieren bzw. sich als pädagogische Autoritäten und als Politikberater positionierten. Zu diesen Diskursen existiert reichhaltiges, empirisches Material, das historiographisch noch viel zu wenig genutzt wird.<sup>42</sup> Insbesondere die eingangs erwähnten Ansätze einer frühen Medien- und Kommunikationswissenschaft sowie vor allem die späteren, stärker selbstreflexiven Studien der britischen *cultural studies* erweisen sich für eine historische Jugendmedienforschung als anschlussfähig. Zum einen, so schlägt Heinz Bonfadelli vor, könne auf die quantitativen Daten zur jugendlichen Mediennutzung und Publikumsprofilierung aus früheren Jahrzehnten zurückgegriffen und dieses Sample durch qualitative Untersuchungen ergänzt werden.<sup>43</sup> Zum anderen sollten, so Frank Bösch, empirische Daten vergangener Medienwirkungsforschung seit Mitte des 20. Jahrhunderts definitiv genutzt, aber unserer Ansicht nach hinsichtlich ihrer Wirkungsannahmen radikal infrage gestellt und zu Gunsten von diversifizierten Aneignungspraktiken und -mustern relativiert werden. Befreit vom ideologischen Ballast früherer Kulturkritik sind auch die Kategorien des Birminghamer Centres for Contemporary Cultural Studies (CC-CS) – „class“, „ethnicity“, „gender“ und „race“ – als Untersuchungskriterien noch brauchbar, wie doch auch die Studie von Bill Osgerby zu britischen Jugendmedien beweist. Trotz latenter Pädagogismen und unbewiesener Wirkungsannahmen bietet eine methodisch und theoretisch reflektierte Zweitauswertung früherer empirischer Studien Erkenntnismöglichkeiten, wie auch hier vor allem der Beitrag von Christoph Hilgert zum Jugendprogramm des NWDR bzw. NDR zeigt.<sup>44</sup>

---

Gegenwart auf. Für die Zeit nach 1980 sehen die Autorinnen die neoliberale Wende einer „canddo-attitude“, mit der – auch in der Schulpädagogik – das Vertrauen gegenüber Jugendlichen bezeichnet wurde, alles selbst zu entdecken und Erfolg damit zu haben. Dann folgte eine Phase der Diskussionen über Gewalttaten, zuletzt die Wende zum Versuch, Außenseiter aller Art und überhaupt Schüler über schulische Medienaktivitäten wie das Jugendradio zu aktivieren und zu integrieren. Wie weit dieses Schema auf Westeuropa übertragbar ist, sei hier dahingestellt, anrend aber ist es.

42 Vgl. z. B. Margarete Keilhacker, *Kino und Jugend*, München 1960; Martin Keilhacker/Erich Wasem, *Jugend im Kraftfeld der Massenmedien*, München 1965.

43 Vgl. Bonfadelli, *25 Jahre Jugendmedienforschung*, S. 22; Frank Bösch/Annette Vowinckel, *Medien-geschichte*, Version: 2.0, in: *Docupedia-Zeitgeschichte*, 29.10.2012 [http://docupedia.de/zg/←Mediengeschichte\\_Version\\_2.0\\_Frank\\_B%C3%B6sch\\_Annette\\_Vowinckel\\_01.11.2017](http://docupedia.de/zg/←Mediengeschichte_Version_2.0_Frank_B%C3%B6sch_Annette_Vowinckel_01.11.2017)).

44 Relevante zeitgenössische Studien sind u. a. Viggo Graf Blücher, *Freizeit in der Industriellen Gesellschaft*. Dargestellt an der jüngeren Generation, Stuttgart 1956; Fritz Stückrath/Georg Schortmayer, *Fernsehen und Großstadtjugend*, Braunschweig 1967; Heinz Bonfadelli u. a., *Jugend und Medien*. Eine Studie der ARD/ZDF-Medienkommission und der Bertelsmann Stiftung, Frankfurt a.M./Berlin 1986.

## Sozialpsychologische Weiterungen der Jugendmedienforschung?

In der bisherigen Jugendkulturforschung wird immer noch stark mit „Wirkungen“ oder „Funktionen“ von Jugendmedien argumentiert, z. B. wenn Kategorien wie „Nervenkitzel“ angeführt werden. Dies stellt jedoch ein dorniges Terrain dar, da sich die alten Fragen der Medienwirkungsforschung stellen. Hingegen Ingrid Paus-Haase u. a. zeigten in einer Analyse von „Talkshows im Alltag von Jugendlichen“, dass bestimmte Talkshows ein spezifisches Jugendangebot darstellen, deren Rezeption von Geschlecht und Bildung sowie von den lebensweltlichen Bedingungen abhängig ist, und dass direkte Zusammenhänge zwischen Talkshow-Nutzung und besonderen Realitätsvorstellungen nicht nachweisbar sind.<sup>45</sup>

Schwierig ist auch der in der aktuellen Jugendmedienforschung vielfach zu essentialistisch gedachte Identitätsbegriff. Aus Medienanalysen können nur jeweilige Identitätsangebote herausgelesen werden. Auf „tatsächliche“ Identitäten zu schließen erweist sich hingegen als schwierig. Dennoch sollten in historischer Perspektive die Deutungsangebote der aktuellen Jugendforschung nicht einfach verworfen werden: Etwa die Begriffe des *identity testing* oder des *taste-testing*, die nach Gruppen mit demselben Geschmack innerhalb der populären Kultur suchen, können auch für andere Zeiten und Orte geeignete Kategorien sein. Genau dies zu überprüfen, wäre ein gewichtiger Aspekt des Gesamtprojekts einer historischen Jugendmedienforschung. Den Mehrwert einer solchen Herangehensweise zeigt z. B. die Studie von Kirsten Pike, bei der geschlechtergeschichtlich anhand von Leserbriefen in der US-amerikanischen Mädchenzeitschrift *Seventeen* der 1970er Jahre das Leitbild eines „new activist girls“ und einer „cultivating femininity“ herausgearbeitet wurden.<sup>46</sup> In der Tradition von Vordenkerinnen wie Angela McRobbie vom CCCS wird auch in der aktuellen feministischen Jugendforschung von der Entwicklung von „gendered identities“ aufgrund der Lektüre von Zeitschriften für junge Frauen bzw. im Zuge einer „girls‘ culture“ gesprochen. Positiv daran ist, dass die Grenzen einer „internen“ Mediengeschichte überschritten, kulturelle Kontexte aufgezeigt werden und nach der Bedeutung von Zeitschriften im Medienensemble gefragt wird. Das beruht allerdings nicht auf einem wirklich zu Ende gedachten empirischen Design. Es wird bereits dem Konsum der medialen Angebote eine Wirkung für solche Identitäten zugeschrieben. Man kann zwar unterstellen, dass

45 Ingrid Paus-Haase u. a., *Talkshows im Alltag von Jugendlichen. Der tägliche Balanceakt zwischen Orientierung, Amüsement und Ablehnung*, Opladen 1999.

46 Kirsten Pike, „The New Activists“: *Girls and Discourses of Citizenships, Liberation, and Femininity in Seventeen, 1968–1977*, in: Mary Celeste Kearney, *Mediated Girlhoods. New Explorations of girls' media culture*, New York 2011, S. 55–74, hier S. 69 f.

z. B. zwischen expressiven Kleidungsstilen wie bei Madonna und dem „rebellischen“ Habitus junger Frauen Zusammenhänge qua Medialität bestehen. Wie dabei jedoch auf „Identität“ geschlossen werden kann, ist eine Frage des Identitätsbegriffs, bei dem sich in historischer Perspektive verschiedene methodische Probleme stellen, da hierbei nicht einfach Gruppenverhalten oder interaktive Kommunikation beobachtet werden können.<sup>47</sup> Davon abgesehen dürften individuelle Identitäten immer wieder zu Gruppenidentitäten in Kontrast geraten sein, die wiederum erzwungen oder nur symbolischer und nicht praktischer Natur waren. Von daher verspricht die Verwendung des Individualisierungsbegriffes auch in der historischen Jugendmedienforschung neue Erkenntnisse, da über diesen Begriff längere Zeiträume seit dem 18. Jahrhundert abgedeckt werden können und der Zusammenhang zu jeweiligen Medienensembles hergestellt werden kann.<sup>48</sup>

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass eine Einbettung von Fallstudien in größere Kontexte<sup>49</sup> und die Anlage systematischer Samples im Rahmen einer historischen Jugendmedienforschung sinnvoll ist. Hierbei werden auch die medialen Institutionen zu berücksichtigen sein, in deren Mitte die Produktion von Jugendmedien geschah und die auf Inhalte und Formen erheblichen Einfluss nahmen, etwa bei den spezifischen Jugendprogrammen des Rundfunks oder den kirchlichen Jugendzeitschriften, wie dies in diesem Band von Michael Kuhlmann und Friederike Höhn demonstriert wird. In der gegenwärtigen Forschungssituation ist die Aneinanderreihung isolierter Fallstudien kaum noch sinnvoll, vielmehr ist deren Einbettung in die *longue durée* und in einen strukturellen Rahmen angebracht, außerdem stehen transnationale und komparative Ansätze auf der Tagesordnung, wie dies in diesem Band vielfältig angegangen wird. Dadurch wird auch jeweils klarer, welches Konzept von Jugend und Jugendlichen in ihren sozial-

47 Vgl. Dawn H. Currie, *Girl Talk: Adolescent Magazines and Their readers*, Toronto/Buffalo/London 1999. Auch die Autorin betont, dass „gender scripts“ in „women's magazines“ eine Form der Propaganda darstellen, man aber keinen empirischen Zusammenhang zwischen der Lektüre und der Entwicklung bestimmter Formen von Geschlechterrollen nachweisen könne; ebd., S. 4.

48 Zahlreiche Beispiele für erinnerte Individualisierungsprozesse bzw. ihre medialisierte Form in: Richard van Dülmen, Hg., *Entdeckung des Ich. Die Geschichte der Individualisierung vom Mittelalter bis zur Gegenwart*, Köln/Weimar/Wien 2001; insbesondere Andreas Gestrich, *Kindheit und Jugend – Individuelle Entfaltung im 20. Jahrhundert*, in: ebd., S. 465–488; zum Begriff vgl. Flavia Kippele, *Was heißt Individualisierung? Die Antworten soziologischer Klassiker*, Opladen/Wiesbaden 1998.

49 „Sozial“ bedeutet hier, wie schon mehrfach angedeutet, durchaus auch „mikrosozial“, wie aus dem Beispiel der Hardcore-/Punkmode hervorgeht, deren Untersuchung im Zusammenhang mit Szeneaktivitäten und medialen Eigenproduktionen wie Fanzines erfolgte; Marc Calbach, *More Than Music. Einblicke in die Jugendkultur Hardcore*, Bielefeld 2007.



und geschlechtshistorischen Dimensionen jeweils zugrunde liegt, oder inwiefern z. B. Jugendsendungen wie der *Beat-Club*, den Michael Esch in diesem Band beleuchtet, einen neuen Zugang zur gesamten Gesellschaftsgeschichte bieten.

Insgesamt hat sich der vorliegende Band die Aufgabe gestellt, auf einen erweiterten Gegenstandsbegriff von „Jugendmedien“ hinzuweisen, der sich von den Printmedien zwar nicht abgewandt hat, aber einen weiten und pluralen Medienbegriff zugrunde legt, bei dem nicht mehr einzelne Szenen und ins Auge fallende Phänomene im Mittelpunkt stehen, sondern auch die langfristigen Entwicklungen der gesellschaftsrelevanten Mainstreammedien – ebenso wie rezeptive Praktiken der jugendlichen Publiken. Schließlich vermittelt dieser Tagungsband zahlreiche neue Einsichten in die Jugendmediengeschichte des 20. Jahrhunderts, deren Umrisse hier zum ersten Mal in ihrer Gesamtheit sichtbar werden: zu Zielgruppen und Partizipationsformen, zu zeitgenössischen Reflexionen von Rezeptionsverhalten und deren Verwissenschaftlichung, zur Selbstverortung jugendlicher Teilöffentlichkeiten und zur Translokaltät selbstproduzierter Jugendmedien.

### **Aufbau des Bandes und einzelne Beiträge**

Im ersten Kapitel des Bandes werden Jugendmedien „von unten“ als Selbstermächtigungsorgane in ihrer politischen bzw. politisierenden Funktion sowie hinsichtlich ihres agitatorischen und subversiven Potentials betrachtet. Hierbei spielen Jugendmedien in alternativen Milieus eine Rolle, die nicht- oder lediglich semikommerziell produziert wurden und das politisch-institutionelle System, in das sie jeweils eingebettet waren, vornehmlich konterkarierten als es zu reproduzieren und damit langfristig gesellschaftliche Veränderungsprozesse in Gang setzten.

Stefan Rindlisbacher zeigt in seinem Beitrag auf, wie verschiedene Zeitschriften der deutschen und schweizerischen bürgerlichen Jugendbewegung als Kommunikations- und Informationsplattform für ihre Vereinsmitglieder und Sympathisanten dienten, ferner zur Sichtbarmachung und Selbststilisierung der Akteure beitrugen. Dabei zeichnet Rindlisbacher die Periode zwischen 1900 und den 1920er Jahren anhand von Publikationen der Wandervogel- und Lebensreformbewegung nach. In Leserbriefen und Reiseberichten wurden gemeinsame Freizeitaktivitäten jugendlicher Mitglieder zelebriert, die neben den politischen Debatten über neue Erziehungsmodelle und moderne Ernährungs- und Gesundheitspraktiken, auch dem Wunsch der Bewegung nach Autonomie Rechnung trugen. Rindlisbacher verdeutlicht, dass jene Publikationen, deren Gestaltung und Produktion von den betreffenden Jugendlichen selbst beeinflusst wurden,

derart zum konstituierenden Element für die sich ausdifferenzierende bürgerliche Jugendbewegung im Deutschen Kaiserreich und der Schweiz avancierten.

Am vergleichenden Beispiel der bundesdeutschen und der Hackerszene der DDR verfolgt Julia Erdogan die Geschichte einer milieuspezifischen, jugendlichen, sub- bzw. gegenkulturellen Aneignung des Heimcomputers seit den 1980er Jahren. Die Aktivisten des bundesdeutschen Chaos Computer Clubs (CCC) sowie des deutschdemokratischen Hauses der jungen Talente (HdjT), die als „Hacker“ einen neuen, subversiv auftretenden Typus des jugendlichen Medienkonsumenten hervorbrachten, begnügten sich nicht damit, den Computer – wie von seinen Machern intendiert – als reines Konsumgut zum Spielen oder Arbeiten zu verwenden. Vielmehr nutzten sie das Medium darüber hinaus auf kreativ-eigensinnige und hoch avantgardistische, technologisch höchst versierte Weise, indem sie selbst-programmierten und durch ihre „Hacks“, d. h. ihr programmatisches Eindringen in fremde Datensysteme wie die der NASA oder des KGBs, Sicherheitslücken aufdeckten – mitunter auch jenseits der Grenze der Legalität. Als jugendlicher Expertenzirkel und „Störfaktor“ entfalteten Hacker in der BRD wie in der DDR dadurch gleichermaßen gesellschaftspolitisches Konfliktpotential und zeichneten sich trotz ihrer Eingebundenheit in unterschiedliche politische Regime durch weitgehend ähnliche Praktiken und Strategien der Medienaneignung aus.

Das zweite Kapitel betrachtet die Jugendmedien „von oben“, d. h. solche Medien, die – wenn auch nicht unbedingt stark kommerzialisiert – deutlich als Repräsentation und Manifestierung der zeitgenössischen soziopolitischen und sozioökonomischen Machtstrukturen zu erachten sind, aus denen heraus sie entstanden. Hierbei geht es vornehmlich um die Rolle von Jugendmedien als Bildungsinstanzen, Erziehungsinstrumente und Informationsorgane, denen mitunter größere Bedeutung zukam als anderen gesellschaftspolitischen Institutionen mit ähnlichem Auftrag wie Schulen, kirchlichen oder sozialpädagogischen Einrichtungen.

Mit der Frage nach der gesellschaftspolitischen Auseinandersetzung um Wehrdienst und Remilitarisierung greift Friederike Höhn eine spezifische bundesrepublikanische Debatte der 1950er Jahre auf. Konkret thematisiert sie deren inhaltlich-diskursive Ausgestaltung, aber auch ihre Wahrnehmung von Jugendlichen im christlich geprägten Milieu anhand der Analyse der beiden zeitgenössisch wichtigsten, konfessionell gelagerten Jugendzeitschriften: der katholischen *Wacht* und der evangelischen *Jungen Stimme*. Dabei gelingt es Höhn nachzuzeichnen, dass im Vergleich zur allgemeinen politischen Debatte ein spezifischer jugendmedialer Diskurs durch die beiden Zeitschriften etabliert wurde, der sich durch eine besondere Informationspolitik und Diskussionskultur innerhalb der Magazine