

Inhalt

Vorwort	11
I Das Medienkonvergenz Monitoring – Hintergrund, Untersuchungsdesign und theoretische Grundlagen	
<i>Bernd Schorb, Nadine Jünger</i>	13
1 Zielstellungen und Untersuchungsdesign	19
1.1 Inhaltliche Ausrichtung des Medienkonvergenz Monitorings ..	19
1.2 Methodische Grundlagen des Medienkonvergenz Monitorings	21
1.3 Untersuchungsdesign im Medienkonvergenz Monitoring	22
2 Theoretische Grundlagen	27
II Die Studien des Medienkonvergenz Monitorings	35
1 Die Online-Spieler – gemeinsam statt einsam	
<i>Bernd Schorb, Matthias Kießling, Maren Würfel, Jan Keilhauer, Nadine Jünger</i>	36
1.1 Zum Hintergrund der Studie	36
1.2 Untersuchungsdesign und Stichprobe	38
1.3 Der Umgang Heranwachsender mit Online-Spielen – Ergebnisse der Studie von 2008	40
1.3.1 Die Nutzung von Online-Spielen	40
1.3.2 Gespielte Spielgenres und präferierte Online-Spiele ..	46
1.3.3 Spielformen und soziale Einbettung des Spielens	54
1.3.4 Die Bedeutung von Multiplayer-Spielen aus der Perspektive Jugendlicher	60
1.3.5 Probleme beim Online-Spielen	63
1.4 Fazit	67

2 YouTube & Co. – neue Medienräume Jugendlicher

Bernd Schorb, Maren Würfel, Matthias Kießling, Jan Keilhauer,

<i>Thomas Rakebrand</i>	73
2.1 Zum Hintergrund der Studie	73
2.2 Untersuchungsdesign und Stichprobe	74
2.3 Der Umgang Heranwachsender mit Online- Videoplattformen – Ergebnisse der Studie von 2009	75
2.3.1 Die Nutzung und Relevanz von Online- Videoplattformen für Jugendliche	75
2.3.2 Tätigkeiten Jugendlicher auf Online-Videoplattformen .	82
2.3.2.1 Jugendliche greifen auf ein vielfältiges Angebot von Online-Videos zu	84
2.3.2.2 Durch Bewerten und Kommentieren setzen sich Jugendliche zu den Videoinhalten in Beziehung	91
2.3.2.3 Mit der Distribution von Online-Videos pflegen Jugendliche ihre Kontakte zu Gleichaltrigen	93
2.3.2.4 Mit eigenen Videos präsentieren Jugendliche sich selbst in ihren sozialen Bezügen	95
2.3.2.5 Die Mehrheit der Jugendlichen gestaltet keine eigene Profilseite auf Videoplattformen, etwas mehr sehen sich die Seiten anderer an	99
2.4 Fazit	100

3 Soziale Online-Netzwerke als Lebensraum

Bernd Schorb, Matthias Kießling, Maren Würfel, Jan Keilhauer,

<i>Nadine Jünger</i>	105
3.1 Zum Hintergrund der Studie	105
3.2 Untersuchungsdesign und Stichprobe	107
3.3 Der Umgang Heranwachsender mit Sozialen Online- Netzwerken – Ergebnisse der Studie von 2010	107
3.3.1 Die Nutzung Sozialer Online-Netzwerke durch Jugendliche	107
3.3.2 Tätigkeiten Jugendlicher in Sozialen Online- Netzwerken	112
3.3.3 Die Bedeutung Sozialer Online-Netzwerke aus der Perspektive Jugendlicher	120
3.3.4 Problematische Erfahrungen und problematisches Handeln Jugendlicher in Sozialen Online-Netzwerken .	132
3.3.5 Nutzung plattforminterner Tools zum Umgang mit problematischen Aspekten	141

3.3.6 Umgang mit den Möglichkeiten der Plattformen zur Zugriffskontrolle	144
3.4 Fazit	152

4 Klangraum Internet – auf neuen Wegen Musik entdecken

<i>Bernd Schorb, Nadine Jünger, Claudia Kuttner, Thomas Rakebrand, Mathias Berek, Kerstin Meyer, Marika Ratthei, Michael Baumann</i>	161
4.1 Zum Hintergrund der Studie	161
4.2 Untersuchungsdesign und Stichprobe	162
4.3 Die Aneignung von Musik durch Jugendliche – Ergebnisse der Studie von 2012	163
4.3.1 Jugendliche nutzen vermehrt multifunktionale Geräte zum Musikhören	163
4.3.2 Das Musikerleben Jugendlicher im Internet	167
4.3.2.1 Musikmedium Nr.1: YouTube & Co.	169
4.3.2.2 Musikbezogene Informationen: Seiten von Musiksendern, Bands, Labels und Musikmagazinen	173
4.3.2.3 Musik im sozialen Kontext: MySpace & Co. .	174
4.3.2.4 Podcasts: Neue medientechnische Trends mit geringer Bedeutung für Jugendliche	177
4.3.2.5 Die Nutzung musikbezogener Online-Angebote wird durch Geschlecht, Bildung und insbesondere Alter moderiert	179
4.3.3 Der produktiv-gestalterische Umgang Jugendlicher mit Musik	180
4.3.3.1 Produktionsgerät und Feedback-Raum: Der Gebrauch des (Internet-)PCs zum Produzieren, Bearbeiten und Uploaden von Musik	181
4.3.3.2 Junge Musiker und Musikerinnen im Fokus: Die Aneignung des Internets im Kontext des Musikmachens	186
4.4 Die Aneignung von Online-Radios durch Jugendliche – Ergebnisse der Studie von 2012	195
4.4.1 Ausdehnung des Radiobegriffs und Verortung des Angebotspektrums	196
4.4.2 Die Gruppe der Online-Radio-Nutzer und -Nutzerinnen	199

4.4.3	Simulcast oder Webcast? Nutzung von Radioangeboten im Internet	200
4.4.3.1	Simulcasts: Die klassischen Radiosender im Internet	200
4.4.3.2	Webcasts: Neue Radios, nur im Internet	201
4.4.3.3	Alters- und Geschlechtsunterschiede bei der Nutzung von Internetradios	204
4.4.4	Wege zum Internetradio	206
4.4.4.1	Zugänge zu simultan gehörten Radiosendern .	207
4.4.4.2	Zugänge zu online gehörten Radiosendern ..	207
4.4.5	Internetradio – mehr als ein Hörmedium? Tätigkeiten Jugendlicher auf den Seiten der Radioanbieter	208
4.5	Fazit	211

5 Jugend – Information – Medien

	<i>Bernd Schorb, Claudia Kuttner, Nadine Jünger, Thomas Rakebrand</i>	218
5.1	Zum Hintergrund der Studie von 2013	218
5.2	Untersuchungsdesign und Stichprobe	223
5.3	Themeninteressen Heranwachsender	227
5.3.1	Über welche Themen möchten Heranwachsende in den Medien informiert werden?	230
5.3.2	Welchen Einfluss haben soziodemografische Faktoren auf die Themeninteressen Heranwachsender?	232
5.3.2.1	Das Alter moderiert das Interesse insbesondere an Themen im Bereich Politik, Lifestyle und Freizeit	232
5.3.2.2	Im Geschlecht spiegeln sich vor allem unterschiedliche Freizeitinteressen	235
5.3.2.3	Der Bildungshintergrund moderiert insbesondere das Interesse an Politik und Partnerschaft	238
5.3.3	Welche Themen bevorzugen Jugendliche in den Medien?	240
5.3.3.1	Die gewählten Themen sind aus verschiedenen Gründen relevant	240
5.3.3.2	Jugendliche interessieren sich für politische Themen, nur wenige verfolgen sie aber intensiv	243
5.3.3.3	In der Themenwahl spiegeln sich die soziodemografischen Unterschiede der Interessen	245

5.4	Wie Heranwachsende einem ausgewählten Thema nachgehen	246
5.4.1	Welche Medien wählen Jugendliche für subjektiv relevante Themen?	247
5.4.1.1	Das Internet als zentrale Anlaufstelle bei der Informationssuche	248
5.4.1.2	Das Handy bzw. Smartphone – mobiler Zugang zu alltagspraktischen Informationen	248
5.4.1.3	Fernsehen – Informationen im Rahmen eines habitualisierten Medienhandelns	249
5.4.1.4	Zeitungen und Zeitschriften sind besonders für Politikinteressierte von Bedeutung	249
5.4.1.5	Bücher sind vor allem im schulischen Kontext relevant	250
5.4.2	Welche Online-Angebote nutzen Jugendliche für relevante Themen?	251
5.4.2.1	Die Nutzung von Online-Angeboten als Informationsquellen	251
5.4.2.2	Die Nutzung von Online-Angeboten, um andere zu informieren	266
5.5	Die Verfolgung spezifischer Themeninteressen an den Beispielen Politik und Musik	276
5.5.1	Die Aneignung von politikbezogenen Informationen	278
5.5.1.1	Der Einfluss der Sozialisationsinstanzen auf das Interesse an politikbezogenen Themen	279
5.5.1.2	Das Informationshandeln der an politischen Themen interessierten Jugendlichen	282
5.5.2	Die Aneignung von musikbezogenen Informationen	289
5.5.2.1	Der Einfluss der Sozialisationsinstanzen auf das Interesse an musikbezogenen Themen	290
5.5.2.2	Das Informationshandeln der an Musik interessierten Jugendlichen	292
5.5.3	Gemeinsamkeiten und Unterschiede des Informationshandelns bei musikbezogenen und politischen Themen	299
5.6	Fazit	302

III Fazit – Medienaneignung im Wandel

<i>Bernd Schorb, Thomas Rakebrand, Nadine Jünger</i>	311
--	-----

Literatur	333
Abbildungsverzeichnis	351
Dank	355
Die Autoren und Autorinnen	357