

Inhalt

1	Medienkonvergenz aus der Perspektive Heranwachsender	13
	(Ulrike Wagner)	
1.1	Definition konvergenzbezogener Medienaneignung	13
1.2	Anknüpfungspunkte für die Untersuchung konvergenzbezogener Medienaneignung	23
	1.2.1 Wachsender Stellenwert von Computer und Internet im Medienalltag von Heranwachsenden	26
	1.2.2 Kontexte und Voraussetzungen des Umgangs mit multifunktionalen Medien	27
	1.2.3 Prozesse der Identitätsbildung im Umgang mit dem Internet	28
	1.2.4 Empirische Befunde zu Konvergenzphänomenen	29
1.3	Inhaltliche Eckpfeiler der Konvergenzstudien	31
2	Die Konvergenzstudien	35
	(Christa Gebel)	
2.1	Anlage des Gesamtprojekts	35
	2.1.1 Explorationsstudie: Fernseh-Internet-Konvergenz	37
	2.1.2 Befragung: Konvergenzbezogene Mediennutzung	39
	2.1.3 Begleitendes Monitoring	41
2.2	Die aktuelle Untersuchung: Fallstudien zur Aneignung der konvergenten Medienwelt	42
	2.2.1 Die Stichprobe	43
	2.2.2 Die Erhebung	46
	2.2.3 Die Auswertung	53
3	Fallstudien zur konvergenzbezogenen Medienaneignung: Die Ergebnisse	61
3.1	Beweggründe für konvergenzbezogene Medienaneignung	62
	(Ulrike Wagner / Achim Lauber)	
	3.1.1 Medienaffine Interessen	64
	3.1.2 Präferenzen	74

3.1.3	Medienhandeln ohne Konvergenzbezug	82
3.2	Muster konvergenzbezogener Medienaneignung	83
	(Ulrike Wagner / Christa Gebel / Susanne Eggert)	
3.2.1	Die Integrierenden – Medien als Spezialisierungsraum	84
3.2.2	Die Außengeleiteten – Medien als Konsumraum	91
3.2.3	Die Expandierenden – Medien als Lebensraum	99
3.2.4	Die Missionierenden – Medien als Präsentationsraum	112
3.2.5	Die Kreativen – Medien als Gestaltungsraum	118
3.3.	Die konvergenzbezogenen Aneignungsmuster im Vergleich	125
	(Ulrike Wagner)	
3.3.1	Die Beziehungen zwischen den Aneignungsmustern	125
3.3.2	Action und Spiel: Wichtige Bezugspunkte für konvergenzbezogene Medienaneignung	133
3.3.3	Stellenwert konvergenzbezogener Medienaneignung für die eigenen Lebensvollzüge	136
3.3.4	Die konvergente Medienwelt – risikoreich oder horizontenerweiternd?	141
4	Identitätsbildung in der konvergenten Medienwelt	149
	(Bernd Schorb)	
4.1	Identitätsbildung und Medien	150
4.2	Identitätsrelevante mediale Angebote für Heranwachsende	152
4.3	Interessengeleitete Identitätsarbeit in der konvergenten Medienwelt	153
4.3.1	Identitätsarbeit im Nachvollzug von Medienvorgaben	154
4.3.2	Identitätsarbeit durch gezieltes Suchen in Medienvorgaben	155
4.3.3	Selbstbestimmte Aneignung der Medien zur Identitätsarbeit	156
4.4	Fazit	158
5	Konvergenzbezogene Medienaneignung und Eckpunkte medienpädagogischen Handelns.....	161
	(Helga Theunert)	
5.1	Strukturelle Aspekte konvergenzbezogener Medienaneignung	166

5.1.1	Technikkonvergenz dient der Optimierung inhaltlicher Orientierungen	166
5.1.2	Die Leitmedien werden zu Startpunkten in die konvergente Medienwelt	169
5.2	Folgen konvergenzbezogener Medienaneignung für die persönliche und soziale Lebenswelt	175
5.2.1	Die Individualisierungspotenziale der konvergenten Medienwelt werden für neue Gesellungsformen genutzt	176
5.2.2	Konvergenzbezogene Medienaneignung verstärkt und erweitert die orientierende Bedeutung der Medien	179
5.3	Konvergenzbezogene Medienaneignung vor dem Hintergrund persönlicher und sozialer Diskriminierungsfaktoren	188
5.3.1	Ab Mitte des Grundschulalters wird eigenständiges konvergenzbezogenes Medienhandeln sukzessive ausgebaut	188
5.3.2	Das Medienhandeln der Geschlechter folgt vertrauten Mustern, jedoch zeigen sich Brüche	190
5.3.3	Unter den Bedingungen der konvergenten Medienwelt verschärft und erweitert sich die über die Bildungsmilieus konturierte soziale Trennlinie	193
5.4	Konsequenzen für wissenschaftliche, pädagogische und präventive Handlungsfelder	200
Literatur		211
Tabellenverzeichnis		219
Abbildungsverzeichnis		220
Anhang		222