

Inhaltsverzeichnis

1. Schulbezogene Medienforschung – Eine Einleitung	9
Lars Zumbansen	
1.1 Das Schulische Enrichment Modell	9
1.2 „Medienforschung“ als authentisches Enrichmentprojekt	11
1.3 Institutionelle Rahmenbedingungen	12
1.4 Projektablauf	13
1.5 Aufbau des Bandes	16
2. Quantitative Studie zum Mediennutzungsverhalten am Gymnasium	
Harsewinkel als Basis individueller Anschlussforschungen	19
Simon Malberg/ Simon Specht/ Matthias Eggersmann	
2.1 Nutzung des Internets	20
2.2 Bedeutung Sozialer Netzwerke	21
2.2.1 Verbreitung	21
2.2.2 Nutzungsintensität	22
2.2.3 Anzahl der Freunde	23
2.2.4 Nutzungsarten	24
2.2.5 Postingverhalten	25
2.2.6 Kommunikationsformen	27
2.2.7 Endgeräte	28
2.3 Handys- und Smartphones	29
2.3.1 Begriffsdefinitionen	29
2.3.2 Gerätebesitz	29
2.3.3 Nutzungsintensität	30
2.3.4 Bedeutung von Internetflatrates	32
2.4 Resümee	33
2.5 Anhang: Fragebogen	34

3. Integration von Social Media in Smartphones	39
<i>Simon Malberg</i>	
3.1 Einführung in die qualitative Forschung	39
3.2 Forschungsdesign	40
3.3. Forschungsergebnisse	42
3.3.1 Digitale Fragmentierung	42
3.3.2 Vom Browser zur App	44
3.3.3 Die Sozialisierung des Smartphones	46
3.3.4 Wahl der Kommunikationsform Instant Messenger als Alternative zu Social Networks	50
3.4 Resümee zur qualitativen Untersuchung	55
4. Web 2.0: Konsument, Prosument, Produzent? – Untersuchung des Nutzerverhaltens im sozialen Netzwerk „Facebook“	57
<i>Matthias Eggersmann</i>	
4.1 „Partizipation im Netz“ und „Web 2.0“: Begriffsdefinition und Nutzungstypologien	58
4.2 Die „Facebook“-Nutzung der EF und Q1 am Gymnasium Harsewinkel	62
4.3 Remodellierung von Nutzertypen aus der Quantitativen Studie	66
4.3.1 Kriterien der Einteilung	66
4.3.2 Analyse der Nutzergruppen	68
4.4. Zwischenfazit: Verteilung von Konsumenten, Prosumenten und Produzenten	69
4.5 Ziel der qualitativen Studie: Motive des Nutzungsverhaltens	70
4.5.1 Aufbau der Befragung: kartengestützte Selbsteinschätzung und Leitfadeninterview	71
4.5.2 Aussagen der Probanden: Darstellung und Auswertung	73
4.6 Reflexion des entwickelten Nutzungsmodells und Problematisierung des Terminus „passive Nutzung“	82
4.7 Synthese der quantitativen und qualitativen Analyseergebnisse	84

5. Facebook vs. Real Life? – Wirklichkeitswahrnehmung Jugendlicher und der Realitätsbezug ihrer Kommunikation	87
<i>Simon Specht</i>	
5.1 Sachanalyse: Wie definiert man Realität?	89
5.1.1 Die Modustheorie von Sottong/Müller	89
5.1.2 Die Erweiterung der Modustheorie von Wiegelmann-Bals/Zumbansen	91
5.2 Qualitative Studien zu Raum und Modus der Kommunikation	92
5.2.1 Erster Studienteil: Kommunikation auf dem Schulhof	95
5.2.2 Zweiter Studienteil: Kommunikation auf Facebook	98
5.2.3 Zwischenfazit: Zusammenführung der Ergebnisse beider Studienteile	101
5.3 Überprüfung der entwickelten Thesen in Leitfadeninterviews	108
5.3.1 Aufbau und Durchführung	108
5.3.2 Kommunikationsmuster der Probanden auf Facebook	110
5.3.3 Zur verwendeten Realitätsdefinition	112
5.3.4 Der real-immediate Modus als Idealfall	114
5.3.5 Zur Rolle der Modusdesignatoren	116
5.3.6 Fazit: Bestätigte und revidierte Erkenntnisse	117
5.4 Resümee	119
6. Mehr als ein Fazit – Fragebogenmodule für Anschlussforschungen	121
<i>Matthias Eggersmann/ Simon Malberg/ Simon Specht/ Lars Zumbansen</i>	
6.1 Smartphones und Soziale Medien: Möglichkeiten und Wahlen	122
6.1.1 Das Smartphone als Fotoquelle?	122
6.1.2 Apps oder Websites?	124
6.1.3 Instant Messenger oder Soziale Netzwerke?	125
6.2 Bedingungsfaktoren für die Nutzungsintensität Sozialer Medien	127
6.3 Der subjektive Wirklichkeitsgehalt medialer Kommunikate	131
7. Literaturverzeichnis	135
Autoren	137