

Inhalt

- 1 Populär, aber wenig präzise – Medienkonvergenz in der medienwissenschaftlichen Forschung 17
 - 1.1 Medienkonvergenz als angebotsbezogener Begriff 17
 - Konvergenz als Bezeichnung für technische Entwicklungen im Mediensystem 17
 - Konvergenz, Medienverbund und Crossmedia: Gleiche Phänomene, verschiedene Begriffe 19
 - 1.2 Medienkonvergenz aus der Perspektive der Nutzenden 19
 - 1.3 Stand der Forschung 21
 - Komplementarität oder Substitution im Medienmenü 21
 - Nutzung konvergenter Angebote 23
 - 1.4 Konsequenzen für eine Untersuchung zu Konvergenz aus der Nutzungsperspektive 24

- 2 Die Untersuchung *Umgang Heranwachsender mit Konvergenz im Medienensemble* 27
 - 2.1 Die Gesamtuntersuchung 27
 - 2.1.1 Fragestellung 27
 - 2.1.2 Zielgruppe 28
 - 2.1.3 Methodische Herangehensweise 29
 - 2.1.4 Untersuchungsaufbau 30
 - 2.2 Erster Untersuchungsabschnitt 32
 - 2.2.1 Analyse empirischer Befunde 33
 - 2.2.2 Die Face-to-face-Befragung 33

- 3 Ein breites Spektrum im Gebrauch – Nutzung des Medienensembles 37
 - 3.1 Nutzungspräferenzen im Medienensemble 37
 - 3.1.1 Nutzung der einzelnen Medien 37
 - Mit dem Alter verschieben sich die Nutzungsschwerpunkte 38
 - Das Geschlecht moderiert die Mediennutzung 39
 - Der Bildungshintergrund fällt bei textbasierten Medien ins Gewicht 41
 - 3.1.2 Wertschätzung der einzelnen Medien 41
 - Auf- und Absteiger im Altersverlauf 42
 - Die Geschlechter zeigen eigenständige Profile 43
 - Beim Bildungshintergrund spiegelt sich die Nutzung 44
 - 3.1.3 Zusammenfassung 45

- 3.2 Konvergenzbezogener Nutzung auf der Spur 46
- 3.2.1 Breite vs. schmale Mediennutzung: Alter und Bildungsstand bestimmen mit 46
- 3.2.2 Multifunktionale Medien: wichtiger Ausgangspunkt für eine konvergenzbezogene Nutzung 48
 - Mit der Jugend kommt das Internet 48
 - Nutzungsprioritäten entscheiden sich vorrangig am Geschlecht 49
- 3.2.3 Konvergente Angebote: im Medienalltag auf hohem Niveau präsent 52
- 3.2.4 Zusammenfassung

- 4 Scheidewege – inhaltliche Zugänge zum Medienensemble 55
- 4.1 Medien im Dienste der Interessen Heranwachsender 55
- 4.1.1 Kinder und Jugendliche: vielfältig interessiert 55
- 4.1.2 Medieninteressen: das Computerinteresse erschließt das Medienensemble 57
- 4.1.3 Gesellschaft/Politik, Wissensgebiete, Musik: Medien sind wichtig 58
- 4.1.4 Sport, Persönlich/Soziales: Medien bleiben außen vor 60
- 4.1.5 Zusammenfassung 61
- 4.2 Heranwachsende verfolgen mediale Vorlieben im Medienensemble 61
- 4.2.1 Überblick über bevorzugte Inhalte 61
 - a) Computerspiele, Filme, Fernsehsendungen 61
 - Am liebsten Action - bevorzugte Computerspiele 62
 - Ein bisschen Action und was fürs Herz - bevorzugte Filme 64
 - Beziehung und Humor – bevorzugte Fernsehsendungen 65
 - b) Radio und Musikstars 66
 - Populäres Formatradio und Nischenradio – bevorzugte Sendungen und Sender 67
 - Von Daniel Küblböck bis Daft Punk – bevorzugte Musikgruppen und -stars 68
- 4.2.2 Bevorzugte Medieninhalte werden medienübergreifend verfolgt 69
 - Computerspiele: auf allen Bildschirmen und in Zeitschriften von Belang 69
 - Filme: vervielfacht im audiovisuellen Spektrum 70
 - Fernsehen: Zusatznutzen über Internet und Printmedien 73
 - Radio: nur selten durch andere Medien ergänzt 75
 - Musikstars: über viele Medien hinweg bewundert 76
- 4.2.3 Zusammenfassung 78

- 5 Typische Pfade zur Konvergenz 79
- 5.1 Breite Mediennutzung: vielseitig interessiert im Medienensemble stromern 80
- 5.1.1 Wer sind die Breitnutzenden? 80
 - Breitnutzende sind im Jugendalter und ein höherer Bildungsstand überwiegt 80
 - Das Interesse an Musik, Gesellschaft/Politik und an multifunktionalen Medien ist bei Breitnutzenden ausgeprägter 81

- 5.1.2 Was machen die Breitnutzenden im Medienensemble? 81
 - PC und Internet sind zentrale Medien für die Breitnutzenden 81
 - Medien haben für die wichtigen Interessen der Breitnutzenden großen Stellenwert 84
 - Die breite Mediennutzung bereitet den Weg zu konvergenten Angeboten 85
- 5.1.3 Zusammenfassung 86

- 5.2 Musikfans: auf der Jagd nach Stars und Schnäppchen 86
 - 5.2.1 Die Mainstream-Musikfans: im Supermarkt der Traditionsmedien 87
 - a) Wer sind die Mainstream-Musikfans? 87
 - b) Welche Pfade verfolgen die Mainstream-Musikfans in der konvergenzbezogenen Nutzung des Medienensembles? 88
 - Zuwendung zu Mainstream-Musik eröffnet eine breite Palette von Medien 88
 - Mainstream-Musikfans sind an traditionellen Massenmedien orientiert 89
 - Das Internet ist für Mainstream-Fans Präsentationsmedium, auf das die traditionellen Massenmedien hinweisen 90
 - 5.2.2 Die Non-Mainstream-Musikfans: Im virtuellen Bazar 90
 - a) Wer sind die Non-Mainstream-Musikfans? 90
 - b) Welche Pfade verfolgen die Non-Mainstream-Musikfans im Medienensemble? 91
 - Für Musik außerhalb des Mainstreams sind multifunktionale Medien wichtiger 91
 - Das Internet dient den Non-Mainstream-Fans als Quelle für Musik 92
 - 5.2.3 Zusammenfassung 93

- 5.3 Vielspielende: Kreisen in der Spielewelt 93
 - 5.3.1 Wer sind die Vielspielenden? 94
 - Vielspielen ist im Übergang zum Jugendalter bei Jungen mit niedrigem Bildungsstand angesagt 94
 - Vielspielende bevorzugen Actionspiele 94
 - Die favorisierten Spielemedien der Vielspielenden sind PC und Spielkonsole 94
 - 5.3.2 Auf welchen Pfaden gelangen die Vielspielenden zur konvergenzbezogenen Nutzung des Medienensembles? 95
 - Für ihre Favoriten geben die Vielspielenden allen Spielemedien oberste Priorität 95
 - Im Internet finden die Vielspielenden Spielmöglichkeiten und Mehrwert zu ihren Spielefavoriten 96
 - Den Vielspielenden dient das Medienensemble ausschließlich zur Erweiterung ihrer Spielewelt 97
 - 5.3.3 Zusammenfassung 98

- 5.4 Actionfans: Spannungsjagd im Medienensemble 98
 - 5.4.1 Wer sind die Actionfans? 99
 - Die Mehrheit der Actionfans ist männlich und gering gebildet 99
 - Actionfans bevorzugen Film und Computerspiel 99

- 5.4.2 Welche Pfade führen die Actionfans zur konvergenzbezogenen Nutzung? 100
 - Primäre Ergänzungsmedien sind diejenigen, die das Actionprodukt präsentieren 100
 - Die Vorliebe für Action öffnet ein breites, v.a. bildorientiertes Spektrum des Medienensembles 102
 - Über das Internet eröffnen sich die Actionfans primär einen weiteren Zugang und Beschaffungswege für Actionangebote 104
- 5.4.3 Zusammenfassung 104
- 6 Zusammenfassung 105
 - 6.1 Konvergenzbezogene Nutzung des Medienensembles gehört zum Medienalltag Heranwachsender 106
 - 6.2 Bei männlichen und bildungsbevorzugten Heranwachsenden im Jugendalter sind konvergenzträchtige Nutzungsstrukturen am deutlichsten ausgeprägt 106
 - 6.3 Interessengeleitete Zugänge zum Medienensemble, vor allem die auf Musik, Medien und Wissen gerichteten, befördern eine konvergenzbezogene Nutzung 108
 - 6.4 Bei den medialen Vorlieben erweisen sich die für Musik, für Actionhaltiges und für's Computerspielen als konvergenzträchtig 109
 - 6.5. Typische Wege konvergenzbezogener Nutzung des Medienensembles zeigen sich an vier Gruppen: Breitnutzende, Musikfans, Vielspielende und Actionfans 110
 - a) Ausgehend von ihrem Startpunkt PC und Internet stromern die Breitnutzenden durch's Medienensemble 110
 - b) Je nach ihren Vorlieben realisieren Musikfans Konvergenz im Medienensemble ausgehend von traditionellen Massenmedien oder vom Internet 111
 - c) Die Actionfans durchforsten das bildbasierte Segment des Medienensembles nach weiteren Actionrepräsentationen 112
 - d) Die Vielspielenden unter den Fans von Computerspielen kreisen in der Spielewelt 112

Literatur 115