SSOAR

Open Access Repository
www.ssoar.info

Tendenzen in der konvergenzbezogenen Mediennutzung des Medienensembles durch Jugendliche: Zwischenergebnisse des Medienkonvergenz Monitoring

Keilhauer, Jan; Würfel, Maren; Kießling, Matthias

Veröffentlichungsversion / Published Version
Zeitschriftenartikel / journal article

Zur Verfügung gestellt in Kooperation mit / provided in cooperation with:
Verlag Barbara Budrich

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:
Keilhauer, J., Würfel, M., & Kießling, M. (2008). Tendenzen in der konvergenzbezogenen Mediennutzung des Medienensembles durch Jugendliche: Zwischenergebnisse des Medienkonvergenz Monitoring. *Diskurs Kindheits- und Jugendforschung / Discourse. Journal of Childhood and Adolescence Research*, *3*(3), 353-358. https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-269403

Nutzungsbedingungen:
Dieser Text wird unter einer CC BY-SA Lizenz (Namensnennung-Weitergabe unter gleichen Bedingungen) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier: https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.de

Terms of use:
This document is made available under a CC BY-SA Licence (Attribution-ShareAlike). For more Information see: https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0

gesis Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften

Mitglied der Leibniz-Gemeinschaft

Tendenzen in der konvergenzbezogenen Mediennutzung des Medienensembles durch Jugendliche – Zwischenergebnisse des Medienkonvergenz Monitoring

Jan Keilhauer, Maren Würfel, Matthias Kießling

Jan Keilhauer

Maren Würfel

Matthias Kießling

Zusammenfassung
Jugendliche leben in sich schnell wandelnden, konvergierenden Medienwelten, in denen Medien technisch zusammenwachsen und Inhalte medienübergreifend präsentiert werden. Das Projekt *Medienkonvergenz Monitoring* der Professur für Medienpädagogik und Weiterbildung der Universität Leipzig untersucht konvergenzbezogene Nutzungsstrukturen Jugendlicher und ihre Aneignung des konvergenten Medienensembles in der Langzeitperspektive. Dargestellt werden aktuelle Teilergebnisse aus einer Onlinebefragung von 12- bis 19-Jährigen. Sie weisen darauf hin, dass Jugendliche sich dem Internet verstärkt als Massenmedium mit neuen Nutzungsqualitäten zuwenden. Sie nutzen im Internet sowohl Inhalte aus den traditionellen Massenmedien als auch internetspezifische Inhalte programm- und zeitunabhängig und eingebettet in sozial-kommunikative Kontexte. Das Internet nimmt als Unterhaltungsmedium eine zentrale Position in den alltäglichen Medienwelten Jugendlicher ein. Es ist zum Teil wichtiger als andere Medien, wenn Jugendliche ihre medialen Vorlieben mit dem konvergenten Medienensemble verfolgen. Es schließen sich Fragen an, welchen sich das Projekt unter Anwendung quantitativer und qualitativer Methoden widmen wird.

Schlagworte: Mediennutzung, Jugendliche, Medienkonvergenz, empirische Untersuchung, Internet

Trends in convergence-related media use of adolescents – Intermediate data of the media convergence monitoring

Abstract
Adolescents grow up in rapidly changing, converging media worlds, in which media is merging technically and contents are presented across various media. The *Media Convergence Monitoring* at the chair for media pedagogics and further education of the University of Leipzig analyses convergence-related media use und media appropriation of adolescents in a long-term perspective. The latest results based on an online survey with adolescents aged 12–19 years indicate an increasing use of the internet as a mass medium offering new qualities of use. Both contents of traditional mass media and internet specific contents are used program- and time-independently and in socio-communicative contexts. The internet as a medium of entertainment takes a central position in adolescents' every day media worlds. It is in part more important than other media, as adolescents pursue their medial preferences within the media ensemble. The project will deal with further questions applying quantitative and qualitative methods.

Key words: Media use, adolescents, media convergence, empirical analysis, internet

1. Das Forschungsfeld: Jugendliche in konvergierenden Medienwelten

Jugendliche leben in Medienwelten und Medien sind wichtige Faktoren ihrer Sozialisation und Identitätsarbeit (vgl. z.B. *Theunert/Schorb* 2004, *Mikos/Hoffmann/Winter* 2007). Vor diesem Hintergrund steht die medienpädagogische Forschung vor der Aufgabe, Veränderungen in diesen Medienwelten zu verfolgen und ihre Bedeutung für die alltäglichen Lebensbezüge und die Entwicklungsprozesse Jugendlicher zu untersuchen.

Ein wesentliches Merkmal der Medienentwicklung ist die Medienkonvergenz. Auf Basis der Digitalisierung verschmelzen vormals getrennte Medienbereiche. Aus technischer Sicht finden sich Funktionen eines Mediums in anderen Medien wieder. So kann man beispielsweise Radio im Internet hören und mit dem Handy fernsehen. Inhaltliche Konvergenzphänomene im Sinne der medienübergreifenden Verbreitung bestimmter Inhalte sind zwar nichts Neues, erreichen jedoch eine neue Qualität, wenn etwa neben den Büchern, Filmen und Computerspielen zu *Herr der Ringe* auch noch diverse Downloadangebote, Videos sowie Fan-Foren im Internet hinzukommen. Das konvergente Medienensemble bietet einen immer umfassenderen Zugang zu vielfältigen medialen Inhalten, Kommunikationsmitteln und Gestaltungsoptionen.

Hier ist die Perspektive der Jugendlichen einzunehmen und zu erfassen, wie sie mit der konvergenten Medienwelt umgehen. Sie interessieren sich nicht primär für einzelne Medienphänomene und auch nicht dafür, welche Medien gerade ‚alt' oder ‚neu' genannt werden. Sie wenden sich der Breite der Angebote des konvergenten Medienensembles zu, um ihre subjektiven Interessen zu verfolgen (vgl. *Wagner/Theunert* 2006). Die rasante Entwicklung der technischen und inhaltlichen Angebote macht eine kontinuierliche Beobachtung konvergenzbezogener Nutzung notwendig.

2. Stand des Forschungsprojektes

Das *Medienkonvergenz Monitoring*[1] erforscht langfristig die Entwicklungen in den konvergenzbezogenen Nutzungsstrukturen und die konvergenzbezogene Medienaneignung Jugendlicher. Dabei werden quantitative Methoden (regelmäßige Onlinebefragungen) und qualitative Methoden (mehrere Intensivinterviews mit 40 medieninteressierten Jugendlichen als Panel) miteinander verknüpft. Zielpunkt des Projektes ist die Auswertung der Daten unter der Langzeitperspektive mit Blick auf die konvergenzbezogene Medienaneignung und die Identitätsarbeit in der konvergenten Medienwelt.

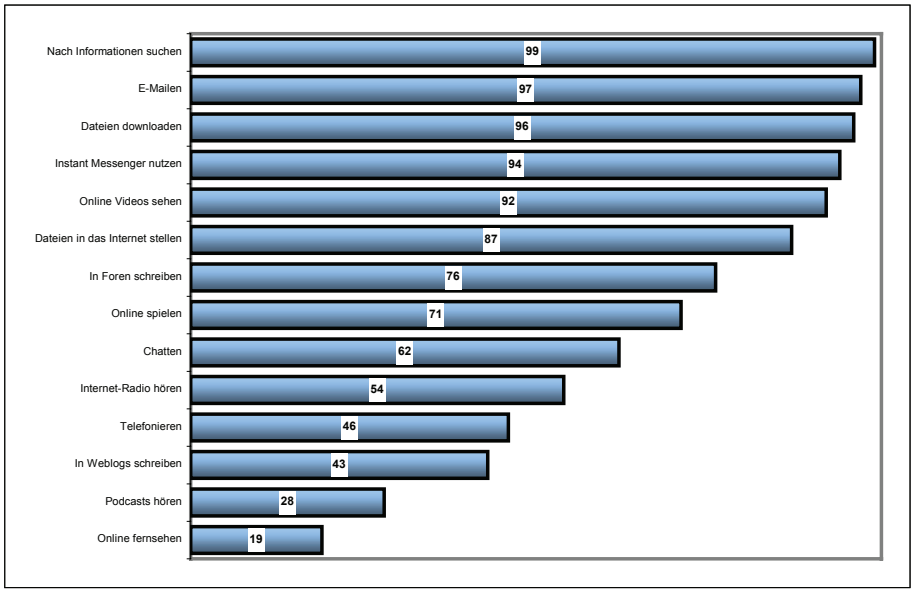
Aktuelle Teilergebnisse (*Schorb/Keilhauer/Würfel/Kießling* 2008) basieren auf einer im Frühjahr 2007 mit über 5000 12- bis 19-Jährigen durchgeführten Onlinebefragung. Untersucht wurden hier Jugendliche, die wie 93% der Gesamtheit der Jugendlichen in Deutschland (vgl. JIM 2007, S. 37) das Internet nutzen, um die konvergenzbezogene Mediennutzung insbesondere vor dem

Hintergrund aktueller Angebotsentwicklungen im Internet erfassen zu können. Im Fokus der Befragung standen erstens Tätigkeiten am Computer und im Internet – den zentralen Schaltstellen im konvergenten Medienensemble – und mit dem Handy. Zweitens wurde untersucht, wie Jugendliche ausgehend von ihren Interessen, in diesem Fall ihren Vorlieben für Filme, Musikstars, Fernsehserien oder Computerspiele (mediale Präferenzen) auf verschiedene Medien und Medienangebote zugreifen. Darüber hinaus wurden Intensivinterviews mit einzelnen Jugendlichen exemplarisch herangezogen, um Hinweise auf Interessen und Motive zu erhalten, die Jugendliche bei der Nutzung bestimmter technischer und inhaltlicher Angebote leiten.

3. Wichtigster Trend in den Zwischenergebnissen: Jugendliche nutzen das Internet immer mehr als Unterhaltungsmedium

Um einen Einblick in die aktuellen Forschungsergebnisse des Medienkonvergenz Monitoring zu geben, möchten wir eine deutliche Tendenz der Zwischenergebnisse herausstellen: Jugendliche nutzen den Internet-Computer immer stärker zur Rezeption von auditiven und audiovisuellen Inhalten und profitieren dabei von neuen Nutzungsqualitäten. Gerade die Verknüpfung der rezeptiven mit kommunikativen und informativen Tätigkeiten führt dazu, dass das Internet für Jugendliche eine zentrale Position im Medienalltag erhält.

Abbildung 1: Internettätigkeiten Jugendlicher (Angaben in Prozent; Basis: 5053)



Wie die Grafik zeigt, hat die Rezeption von Inhalten einen hohen Stellenwert in der alltäglichen Internetnutzung der Jugendlichen. So nutzen 92% der befragten Jugendlichen Online-Videos auf Videoplattformen wie z.B. *YouTube* und *MyVideo*, 40% von ihnen geben sogar an, diese oft zu schauen. Internet-Radios hören immerhin mehr als die Hälfte der Befragten.

Jugendliche wenden sich diesen Angeboten vor allem zu, weil ihnen hier neue Qualitäten der Mediennutzung und des Medienerlebens geboten werden. Jugendliche finden erstens im Netz beliebte Inhalte aus den klassischen Massenmedien, auf die sie anders als in den alten Medien programm- bzw. zeitunabhängig und damit höchst individuell zugreifen. Für den 17-jährigen Marius liegen die Vorteile von *YouTube* auf der Hand: „Genau in dem Moment, wo du was sehen willst, kannst du das halt sehen". Und Liane (15 Jahre) meint: „In den letzten Tagen hab ich mir ganz viel von der Bullyparade angeguckt. Und du kannst da auch ganz viele Musikvideos angucken."

Jugendliche nutzen hier zweitens Zusatzangebote zu klassischen massemedialen Inhalten, wie z.B. Interviews oder Videopersiflagen zu beliebten Filmen, die sie in den traditionellen Massenmedien in der Regel nicht finden.

Drittens sind auch nutzergenerierte Inhalte wie selbstproduzierte Videos bisweilen bei Jugendlichen sehr beliebt. Sie können durchaus den Status von klassischen massenmedialen Angeboten erhalten. Michael (17 Jahre) mag „alle möglichen privaten Videos, die dann so schon Kult geworden sind, bloß weil sie sich einfach einen Spaß daraus gemacht haben, ihre Videos da reinzustellen".

Und viertens wenden sich Jugendliche verstärkt den Unterhaltungsangeboten im Internet zu, weil diese in sozial-interaktive Umgebungen eingebettet sind. Hier können z.B. Kommentare verfasst oder Freundeskreise unter Nutzenden aufgebaut werden. Andre (16 Jahre) ist es wichtig „dass man die Leute da auch ansprechen kann, dass man weiß, von wem das Video ist". Die Angebote werden auch zum Anlass für Kommunikation unter Gleichaltrigen, etwa wenn Jugendliche den Link zum neu-entdeckten Spaßvideo bei *YouTube* via Instant Messenger an Freunde schicken und das Video an unterschiedlichen Orten zeitgleich ansehen und gemeinsam kommentieren.

Mit Blick darauf, wie Jugendliche mit den verschiedenen Medien des konvergenten Medienensembles ihre medialen Präferenzen verfolgen, zeigt sich, wie stark der Internet-PC in den Mittelpunkt jugendlicher Medien- und Lebenswelten rückt. Im Kontext der Beschäftigung mit ihren beliebten Inhalten werden Jugendliche auf verschiedene Weise mit Medien tätig. Sie (1) rezipieren die gleichen Inhalte mit verschiedenen Medien, sie (2) nutzen zu beliebten Inhalten zusätzliche, inhaltsähnliche Angebote und Informationen und sie (3) nutzen im Kontext ihrer Präferenzen Angebote zur Kommunikation und zur Gestaltung. All diese Tätigkeiten können sie am Internet-Computer realisieren und miteinander verbinden. Damit wird dieser für sie tendenziell zum wichtigsten Unterhaltungsmedium und zur Konkurrenz für Radio, Fernsehen und Trägermedien. Am deutlichsten ist dies zu beobachten, wenn Jugendliche ihre Musikpräferenzen mit dem Medienensemble verfolgen.

(1) Beim Musikhören löst das Internet mit seinen neuen Nutzungsqualitäten für Jugendliche zunehmend die herkömmlichen Programmmedien ab: Musik hören

die befragten musikinteressierten Jugendlichen inzwischen häufiger im Internet (37% geben an, dies oft zu tun) als im Radio (34% oft) oder Fernsehen (18% oft). Ihre Lieblingsmusik hören insgesamt 40% der Befragten im Internet, 29% im Radio und 28% im Fernsehen.

(2) Das Netz ist in seiner Funktion als Vertiefungsmedium deutlich wichtiger als andere Medien: Fast zwei Drittel der Befragten nutzen zusätzliche Angebote zu ihrer Lieblingsmusik im Internet, z.B. Bilder, Videos und Texte. 33% der musikbegeisterten Jugendlichen nutzen DVDs, 31% das Fernsehen und 29% Zeitschriften ergänzend zu ihrer Lieblingsmusik.

(3) Kommunikative und gestaltende Tätigkeiten im Kontext der Musikpräferenzen sind für einen kleineren Teil der Jugendlichen alltägliche Beschäftigungen. Ein Fünftel der musikinteressierten Jugendlichen schreibt in Foren oder Weblogs über ihre Lieblingsmusik. Und 12% der Musikinteressierten stellen diesbezüglich Inhalte ins Netz. Dabei laden sie vor allem Bilder in sozialen Online-Netzwerken hoch, um sich selbst zum Zweck der Kommunikation mit Gleichaltrigen darzustellen.

Die aktuell von Jugendlichen genutzten, vielfältigen Möglichkeiten der konvergenten Medienwelt und der zentrale Stellenwert des Internet-Computers können exemplarisch an einem Einzelfall veranschaulicht werden:

Tina ist 16 Jahre alt, besucht ein Gymnasium und begeistert sich für die Band Beatsteaks. Tina hört häufig Songs der Band als MP3s am Rechner. Diese lädt sie sich auch auf den MP3-Player und aufs Handy zum unterwegs Hören. Im Internet hört sie die Beatsteaks auf der offiziellen Seite der Band und als Videoclips bei *MyVideo*. Den CD-Player schaltet Tina nur abends ein, wenn der PC aus ist. Manchmal hört sie die Beatsteaks auch im Fernsehen bei *MTV*, seltener auch im Radio, denn da kommt das ihrer Erfahrung nach nicht so oft. Das ist für sie auch ein Grund ab und an Internetradio zu hören, und zwar spezielle Rocksender, weil die häufiger Musik nach ihrem Geschmack senden.

Zusätzlich sieht sich Tina auf der offiziellen Bandseite Bilder und Interviews an, lädt sich Songtexte herunter, macht ein Onlinespiel und informiert sich über Neuerscheinungen und Konzerttermine. Auf einer Fansite beschäftigt sie sich gerne mit dem Sänger, der ihr besonders gut gefällt. Sie besitzt aber auch die DVD mit dem Beatsteaks-Film über den Werdegang der Band.

In Fan-Foren tauscht sich Tina mit anderen Fans aus. Und sie ist seit einiger Zeit im *SchülerVZ*, einem sozialen Netzwerk, in dem man deutlich sieht, dass sie Beatsteaks-Fan ist. Sie ist mehreren Beatsteaks-Gruppen beigetreten, hat Fotos von der Lieblingsband hochgeladen und ist ganz stolz drauf, wenn andere ihre Bilder kommentieren.

4. Ausblick

Vor dem Hintergrund, dass Jugendliche das Internet als Massenmedium mit neuen Nutzungsqualitäten in Gebrauch nehmen, ist es entscheidend, auch in der Breite zu erfassen, welche konkreten Tätigkeiten sie mit bestimmten Angeboten

realisieren oder auch nicht realisieren. In Bezug z.B. auf Videoplattformen stellt sich die Frage, inwieweit und auf welche Weise Jugendliche diese rezeptionsorientiert, aber auch kommunikativ und gestaltend nutzen.

Die dargestellten allgemeinen Tendenzen sollen nicht über Differenzen im individuellen Umgang Jugendlicher mit dem konvergenten Medienensemble hinwegtäuschen. Geschlecht, Alter und Bildungshintergrund sind wesentliche Faktoren der konvergenzbezogenen Medienaneignung, die in ihrer Relevanz weiter zu untersuchen sind.

Welche Bedeutung die konvergente Medienwelt im Leben Jugendlicher einnimmt, entscheidet sich im subjektiven Medienhandeln und in Abhängigkeit von den jeweiligen individuellen und sozialen Kontexten. Fragen, denen sich das *Medienkonvergenz Monitoring* unter Anwendung qualitativer Methoden (vgl. *Schorb/Theunert* 2000) und in Bezug auf die Langzeitperspektive widmet, beziehen sich auf

- die subjektiven Beweggründe und Kontexte der Zuwendung zu den verschiedenen Angeboten der konvergenten Medienwelt
- die konvergenzbezogenen Aneignungsweisen, bei denen Jugendliche Inhalte in verschiedenen medialen Erscheinungsformen rezipieren und sich mit diesen kommunikativ und produktiv auseinandersetzen, sowie auf
- die Identitätsarbeit Jugendlicher mit dem konvergenten Medienensemble, seinen vielfältigen inhaltlichen Materialen, sozialen Räumen und gestalterischen Werkzeugen.

Anmerkung

1 Das Projekt *Medienkonvergenz Monitoring* wird durchgeführt von der Professur für Medienpädagogik und Weiterbildung an der Universität Leipzig und gefördert von der Sächsischen Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (SLM).

Literatur

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2007): JIM-Studie 2007 – Jugend, Information, (Multi-)Media. Online verfügbar unter: http://www.mpfs.de/fileadmin/JIMpdf07/JIM-Studie2007.pdf , Stand: 23.01.2008.

Mikos, L./Hoffmann, D./Winter, R. (Hrsg.) (2007): Mediennutzung, Identität und Identifikation. Die Sozialisationsrelevanz der Medien im Selbstfindungsprozess von Jugendlichen. - Weinheim, München.

Schorb, B. /Theunert, H. (2000). Kontextuelles Verstehen der Medienaneignung. In: *Paus-Haase, I. /Schorb, B.* (Hrsg.): Qualitative Kinder- und Jugendmedienforschung. Theorie und Methoden: Ein Arbeitsbuch. – München, S. 33-57.

Schorb, B./Keilhauer, J. /Würfel, M. /Kießling, M. (2008): Medienkonvergenz Monitoring Report 2007. Entwicklungen in der Nutzung des konvergenten Medienensembles durch Heranwachsende. Online verfügbar unter: http://www.medienkonvergenz-monitoring.de, Stand: 1.6.2008

Theunert, H./Schorb, B. (2004): Sozialisation mit Medien: Interaktion von Gesellschaft – Medien – Subjekt. In: *Hoffmann, D./Merkens, H.* (Hrsg.): Jugendsoziologische Sozialisationstheorie. Impulse für die Jugendforschung. – Weinheim, München, S. 203-219.

Wagner, U./Theunert, H. (2006): Neue Wege durch die konvergente Medienwelt. – München