Bernd Schorb, Nadine Jünger und Thomas Rakebrand (Hrsg.):

Die Aneignung konvergenter Medienwelten durch Jugendliche. Das Medienkonvergenz Monitoring

Kern der Gesamtpublikation des Medienkonvergenz Monitorings sind die verschiedenen inhaltlichen Schwerpunkte, die im Rahmen einzelner Erhebungswellen vertieft wurden:

„Die Online-Spieler – gemeinsam statt einsam“: Entgegen dem Klischee des sozial isolierten Zockers pflegen und knüpfen Spieler online zahlreiche Kontakte, die sie zu festen Gemeinschaften und sozialen Beziehungen über die virtuellen Spielewelten hinaus ausbauen. Die Aneignung von Online-Spielen ist bedeutend für das Zugehörigkeitsempfinden, die Kontaktpflege und den Wettbewerb mit anderen Spielern. Sie sind besonders für Jungen relevant, aber auch eine kleinere Gruppe von Mädchen findet im Online-Spielen eine wichtige Nische.

„YouTube und Co. – neue Medienräume Jugendlicher“: Videoplattformen sind fester Bestandteil des Online-Handelns Jugendlicher. Trotz zahlreicher Angebote ist *YouTube* vorherrschend. Die abrufbaren Inhalte reichen von Videos, die aus dem Fernsehen bekannt sind, bis hin zu Privatvideos von Freunden. Obgleich das Produzieren eigener Videos technisch zunehmend einfacher wird, ist der Anteil der ProduzentInnen gering. Dies geht mit den Motiven der Jugendlichen einher, die nicht beabsichtigen, eine breite Öffentlichkeit zu erreichen, sondern sich und ihr Können im Freundeskreis zu präsentieren.

„Soziale Online-Netzwerke als Lebensraum“: Soziale Online-Netzwerke erweitern die Kommunikations-, Erfahrungs- und Entwicklungsräume Jugendlicher und sind bedeutend für ihre Identitätsarbeit. Sie ermöglichen es, Rollen zu erproben und mit ihnen zu experimentieren. Zentrales Motiv der Nutzung ist das Kontakthalten mit dem sozialen Umfeld. Jugendliche nehmen Soziale Online-Netzwerke eher als private und reale, denn als öffentliche und virtuelle Räume wahr. Diese Entwicklung ist insbesondere im Hinblick auf den Umgang Jugendlicher mit Privatsphäre und Datenschutz interessant.

„Klangraum Internet – auf neuen Wegen Musik entdecken“: Im Bereich der Musik und des Radios gab es in den letzten Jahren deutliche Veränderungen in der Internetlandschaft. Angebotsgrenzen verschwimmen und Verschmelzungsprozesse zwischen Angebotsformen bringen Hybridangebote (z. B. Musik-Community-Plattformen) hervor. Der Musikplayer Nr. 1 für die Jugendlichen ist YouTube. Die Videoplattform bietet nicht nur Inhalte für den „Mainstream“, sondern bedient auch spezielle Musikinteressen. Diesen gehen Jugendliche auch mittels genrespezifischer Online-Radios nach. Obgleich sich mit dem Internet einfache Möglichkeiten der Bearbeitung, Produktion und Veröffentlichung von Musik bieten, ist und bleibt das Anhören von Musik zentral.

„Jugend – Information – Medien“: Die Aneignung von Information im Zeitalter des Internets folgt über die Nutzung klassischer Informationsangebote hinaus zunehmend individuellen Wegen. Neben Suchmaschinen sind auch Soziale Online-Netzwerke bedeutend. Gerade diese neuen Online-Räume bieten Heranwachsenden nicht nur die Möglichkeit, Informationen einzuholen, sondern auch diese zur Verfügung zu stellen und sich öffentlich zu positionieren. Für die Jugendlichen spielen dafür durchaus (auch) politische und gesellschaftlich relevante Themen eine Rolle. Ihr thematisches Interesse ist jedoch weit gefasst.