

---

# Inhalt

Abkürzungen .....	13
-------------------	----

<b>1 Hinführung .....</b>	<b>15</b>
---------------------------	-----------

## Teil I – Zum Thema

<b>2 Annäherung und erste Aufarbeitung des Forschungsstandes .....</b>	<b>23</b>
2.1 Das Social Web – Einbettung des Kommunikationsdienstes <i>YouTube</i> .....	24
2.2 Erkenntnisse der Internet-Nutzungsforschung .....	28
2.3 Theoretische Grundlagen zur Identitätskonstruktion und Sozialisation .....	36
2.4 Präsentativer Selbstausdruck als Forschungsgegenstand .....	45
2.5 Genese der Forschungsfragen und Fokussierung auf ein zu untersuchendes Phänomen .....	51

## Teil II – Zur Konzeption

<b>3 Methodische Konzeption der Studie .....</b>	<b>59</b>
3.1 Entscheidung für ein qualitatives Forschungsverfahren .....	59
3.2 Methodologischer Bezugsrahmen Ethnografie .....	60
3.3 Methodologischer Bezugsrahmen Grounded Theory Methodology .....	64
3.4 Zugang zum Forschungsfeld und die Kommunikation zwischen Teilnehmern und Forscher .....	74
3.4.1 Online-Kaltakquise .....	79

3.4.2	Online-Akquise auf Empfehlung oder mit Bezug zu anderen Personen. ....	82
3.4.3	Persönliche Offline-Akquise .....	83
3.5	Going Native !? .....	84
3.6	Kurze Falldarstellungen und Begründung des theoretischen Samples .....	88
3.6.1	Tai, 15 Jahre .....	88
3.6.2	Samir, 16 Jahre .....	91
3.6.3	Phúc, 17 Jahre .....	92
3.6.4	Maria, 18 Jahre .....	93
3.6.5	Nils, 17 Jahre .....	95
3.6.6	Michael, 15 Jahre .....	97
3.6.7	Sarah, 15 Jahre .....	99
3.6.8	Sylvie, 17 Jahre .....	101
3.7	Erhebungsmethoden und Datenkorpus .....	102
3.7.1	Episodisches Interview mit Surfphasen .....	102
3.7.2	Kurzfragebogen .....	106
3.7.3	Beobachtung online und offline .....	107
3.7.4	Kontextbezogene Videoanalysen .....	107
3.7.5	Forschungstagebuch .....	116
3.7.6	Datenkorpus .....	116
3.8	Auswertung in Anlehnung an die GTM .....	118

### Teil III – Ergebnisse

4	Was ist YouTube? .....	123
4.1	Unternehmensgeschichte und Geschäftsmodell .....	124
4.2	YouTube aus der Nutzerperspektive .....	127
4.2.1	Nutzung ohne Anmeldung .....	128
4.2.2	Zusätzliche Optionen bei der Nutzung mit Anmeldung .....	129
4.2.3	Möglichkeiten für Gestaltung und Selbstausdruck .....	131
4.3	Nutzerdaten, Jugendschutz und Rechte der Nutzer .....	132
5	Was ist C Walk? .....	135
5.1	Herkunft und Bedeutung des C Walk .....	136
5.2	Adaption durch Jugendliche .....	137
5.2	Zur Bedeutung von YouTube .....	140

<b>6</b>	<b>Raumkonstruktion, Aneignung und Entwicklung im C Walk auf YouTube</b>	141
6.1	Theoretische Bezüge	146
6.1.1	Aneignung	146
6.1.2	Relationaler Raum	151
6.1.3	Kräftefeld und Kapital	155
6.2	Erlebensraum C Walk – Konstruktion eines persönlichen, jugendkulturellen Sozialraumes	161
6.3	Das Kräftefeld des C Walk	171
6.3.1	„Zeigen, was man kann“ – das Prinzip des jugendkulturellen Kapitals im C Walk auf YouTube	173
6.3.1.1	Tänzerische Fähigkeiten	174
6.3.1.2	Jugendkulturelles Wissen und Informiertsein	178
6.3.1.3	Medienproduktive Kompetenz und Bedienkompetenz	181
6.3.1.4	Inkorporierung jugendkulturellen Kapitals	188
6.3.1.5	Notwendigkeit des Darstellens inkorporierten jugendkulturellen Kapitals	191
6.3.1.6	Institutionalisierung jugendkulturellen Kapitals	198
6.3.2	„Connections helfen weiter“ – soziales und virtuelles soziales Kapital	201
6.4	Zugehörigkeit und Vergemeinschaftung	208
6.4.1	Beziehungsarbeit auf YouTube	209
6.4.2	Freundschaften	223
6.4.3	Gruppenzugehörigkeiten	234
6.4.4	Gruppenzugangs- und Gruppengrenzen-Management	236
6.4.5	Interne Struktur von Crews – das Delegationsprinzip	241
	EXKURS: Ritualhaftigkeit symbolischer Performanz – Beispiel eines Rituals der Beziehungsarbeit	244
6.5	Identitätsarbeit im C Walk auf YouTube	257
6.5.1	Generierung von Anerkennung	257
6.5.2	Orientierung am Beispiel der Geschlechterrollen	261
6.6	Dynamisierung von Aneignungsprozessen	287
6.6.1	Aneignung über verschiedene Zonen hinweg	291
6.6.2	Zugänglichkeit des Erlebensraumes	299
6.6.3	Aneignung und Kompetenzerwerb	302

---

<b>7 Zusammenfassung und Fazit – Dynamisierung von Raumerweiterungs-, Aneignungs- und Identitätskonstruktionsprozessen .....</b>	<b>305</b>
 Glossar .....	 321
 Literatur- und Quellenverzeichnis .....	 325
A Literatur sowie publizistische Quellen .....	325
B Weitere Internetquellen .....	345

C Walk auf YouTube

Sozialraumkonstruktion, Aneignung und Entwicklung in  
einer digitalen Jugendkultur

Eisemann, C.

2015, XIII, 335 S. 64 Abb., 13 Abb. in Farbe., Softcover

ISBN: 978-3-658-06428-0