

Inhalt

Vorwort.....	5
---------------------	----------

Inhalt.....	7
--------------------	----------

Teil I: Problemstellung, theoretischer und empirischer Kenntnisstand.....	13
--	-----------

1 Einleitung.....	13
--------------------------	-----------

1.1 Problemstellung	13
---------------------------	----

1.2 Relevanz	15
--------------------	----

1.3 Eingrenzung der Fragestellung	16
---	----

1.3.1 Welche Medieninhalte werden behandelt?	16
--	----

1.3.2 Welche Kontexte der Medienrezeption werden betrachtet?	18
---	----

1.3.3 Welche Stufen des Rezeptionsprozesses werden betrachtet?	18
---	----

1.4 Vorgehensweise.....	19
-------------------------	----

2 Grundlegende Begriffe und Konzepte.....	21
--	-----------

2.1 Narrative audiovisuelle Medieninhalte	21
---	----

2.2 Jugend und Adoleszenz	25
---------------------------------	----

2.2.1 Begriff und zeitliche Verortung.....	25
--	----

2.2.2 Die Veränderungsprozesse	26
--------------------------------------	----

2.3 Die Peergroup Jugendlicher	27
--------------------------------------	----

2.3.1 Soziale Gruppen und Primärgruppen	28
---	----

2.3.2 Die spezifischen Eigenschaften der Peergroup.....	30
---	----

2.4 Gemeinschaftliche Einbindung von Medieninhalten: Definition des Konzepts, Identifizierung und Systematisierung denkbarer Formen.....	31
--	----

2.4.1 Gemeinsame Mediennutzung	31
--------------------------------------	----

2.4.2 Anschlusskommunikation	32
------------------------------------	----

2.4.3	Verhältnis von Anschlusskommunikation und gemeinsamer Mediennutzung.....	35
2.4.4	Elektronisch vermittelte Gruppeninteraktion und ihre Bedeutung für gemeinsame Mediennutzung und Anschlusskommunikation	36
3	Gemeinschaftliche Einbindung als Mittler zwischen Inhalt und Rezeption	39
3.1	Modelle medial vermittelter Kommunikation mit Bezug zur sozialen Gruppe	41
3.2	Die soziale Gruppe im Medienwirkungsprozess	49
3.3	Die soziale Gruppe als normierender und motivierender Einfluss in der Medienauswahl.....	60
3.4	Die soziale Gruppe in Cultural Studies und Aneignungsforschung.....	69
3.4.1	Die Cultural Studies als Gegenentwurf zu medienzentrierten Konzepten der Medienrezeption	70
3.4.2	Das Aneignungskonzept als rezipientenzentrierter Zugang zur Medienrezeption.....	74
3.5	Struktur und Funktionen der gemeinsamen Mediennutzung und Anschlusskommunikation in sozialen Gruppen.....	78
3.5.1	Struktur und Funktionen der Anschlusskommunikation	81
3.5.2	Struktur und Funktionen gemeinsamer Mediennutzung.....	90
3.5.3	Struktur und Funktionen der gemeinsamen Mediennutzung in Familien.....	97
3.5.4	Struktur und Funktionen elektronisch vermittelter Anschlusskommunikation und elektronisch vermittelter gemeinsamer Mediennutzung	101

4	Freundeskreis und Medienrezeption in der Adoleszenz	107
4.1	Entwicklungsabschnitt Adoleszenz	107
4.2	Identitätsentwicklung und Entwicklungsaufgaben in der Adoleszenz.....	108
4.3	Die Peergroup in der Identitätsausbildung.....	111
4.4	Die Medien in der Identitätsausbildung – Mediensozialisationsforschung.....	114
5	Synthese: Gemeinschaftliche Rezeptionspraktiken im Freundeskreis	129
5.1	Verbreitung von Anschlusskommunikation und gemeinsamer Mediennutzung unter Jugendlichen.....	131
5.2	Anschlusskommunikation und gemeinsame Mediennutzung als spezifische Phänomene der Adoleszenz.....	134
5.3	Spezifische Strukturen und Funktionen der Anschlusskommunikation in der Adoleszenz.....	135
5.3.1	Funktionen der Anschlusskommunikation vor dem Hintergrund identitätsbezogener Entwicklungsaufgaben	136
5.3.2	Struktur von Anschlusskommunikation	145
5.4	Spezifische Strukturen und Funktionen gemeinsamer Mediennutzung in der Adoleszenz	146
5.4.1	Funktionen gemeinsamer Mediennutzung vor dem Hintergrund identitätsbezogener Entwicklungsaufgaben	147
5.4.2	Struktur gemeinsamer Mediennutzung.....	149
5.5	Elektronisch vermittelte gemeinsame Mediennutzung und Anschlusskommunikation.....	150
5.6	Die Bedeutung des Freundeskreises für die Medienauswahl Jugendlicher.....	151
5.7	Die Bedeutung des Freundeskreises für die Wirkung massenmedialer Inhalte auf Jugendliche	155
5.8	Ableitung von Forschungsfragen für die qualitative Studie	159

Teil II: Qualitative Studie	165
1 Methodische Anlage	169
1.1 Auswahl qualitativer Leitfadeninterviews und Gruppendiskussionen.....	169
1.2 Episodische Leitfadeninterviews	170
1.2.1 Der Leitfaden.....	171
1.2.2 Schulung der Interviewer	178
1.2.3 Auswahl der Interviewten.....	179
1.2.4 Durchführung	181
1.3 Gruppendiskussionen.....	182
1.3.1 Der Leitfaden und die Schulung der Diskussionsleiter	183
1.3.2 Auswahl der Diskussionsteilnehmer	184
1.3.3 Durchführung	185
1.4 Transkription	186
1.5 Auswertung.....	189
1.6 Methoden-Triangulation	192
2 Ergebnisse	195
2.1 Gemeinsame Mediennutzung	197
2.1.1 Häufigkeit und subjektive Bedeutung	197
2.1.2 Der situative Kontext.....	200
2.1.3 Die Medieninhalte	205
2.1.4 Funktionen gemeinsamer Mediennutzung.....	212
2.1.5 Ritualisierte gemeinsame Mediennutzung.....	223
2.1.6 Ausstrahlung gemeinsamer Mediennutzung auf späteres Medienrezeptionsverhalten.....	229
2.2 Anschlusskommunikation.....	231
2.2.1 Häufigkeit, Salienz und situativer Rahmen	232
2.2.2 Anschlusskommunikation in den Rezeptionsphasen.....	235

2.2.3 Funktionen der Anschlusskommunikation: Synthese.....	248
3 Methodische Einschränkungen.....	253
4 Modelle der gemeinsamen Nutzung und Anschlusskommunikation	255
Teil III: Quantitative Studie	269
1 Methodische Anlage.....	271
1.1 Grundgesamtheit und Stichprobe.....	271
1.2 Durchführung.....	273
1.3 Messinstrument.....	274
1.3.1 Häufigkeit und Wichtigkeit der Nutzung narrativer audiovisueller Medieninhalte sowie der Anschlusskommunikation	275
1.3.2 Bedeutung einzelner Genres für die Nutzung narrativer audiovisueller Medieninhalte sowie für die Anschlusskommunikation	276
1.3.3 Funktionen der gemeinsamen Mediennutzung.....	276
1.3.4 Funktionen der Anschlusskommunikation	280
1.3.5 Identitätsbezogene Entwicklungsaufgaben.....	283
1.3.6 Soziodemografie, Medienbesitz und Konformitätsdruck in der Peergroup	286
2 Ergebnisse.....	287
2.1 Häufigkeit und Wichtigkeit der solitären und gemeinsamen Mediennutzung sowie der Anschlusskommunikation	287
2.2 Bedeutung verschiedener Genres für solitäre und gemeinsame Mediennutzung sowie für die Anschlusskommunikation.....	293
2.3 Identitätsbezogene Entwicklungsaufgaben als Bedingungen der solitären und gemeinsamen Mediennutzung sowie der Anschlusskommunikation.....	295

2.4 Ein funktionales Modell der gemeinsamen Mediennutzung in Freundeskreisen Jugendlicher.....	302
2.5 Ein funktionales Modell der Anschlusskommunikation in Freundeskreisen Jugendlicher.....	310
3 Methodische Einschränkungen.....	317
4 Zwischenresümee und -diskussion.....	319
Teil IV: Zusammenfassung, Diskussion und Ausblick	323
1 Zielsetzung.....	323
2 Zusammenfassung.....	325
2.1 Theoretischer und empirischer Kenntnisstand	325
2.2 Qualitative Teilstudie.....	329
2.3 Quantitative Teilstudie.....	334
3 Methodische Einschränkungen.....	337
4 Diskussion und Ausblick.....	339
Literaturverzeichnis	345

Der soziale Rezipient

Medienrezeption als gemeinschaftliche Identitätsarbeit
in Freundeskreisen Jugendlicher

Weber, M.

2015, XII, 378 S. 14 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-08747-0