

## **Sekundärliteratur**

Die Liste gibt einen Überblick zu Sekundärliteratur bezüglich verschiedener Aspekte von Medienkonvergenz einschließlich kurzer Inhaltsangabe sowie zu relevanten Fachzeitschriften. Sie wird regelmäßig aktualisiert.  
(Stand: 30.07.2010)

### **Sammelbände & (Online-)Monographien**

Gundel, Jörg (Hrsg.)(2009): Konvergenz der Medien - Konvergenz des Rechts? [3. Bayreuther Forum für Wirtschafts- und Medienrecht]. Jena: JWV.

- Anliegen des Buches ist es, zu den rechtlichen Konsequenzen der Entwicklung von Medienkonvergenz eine Zwischenbilanz zu ziehen, die alle berührten Felder des öffentlichen Rechts und des Privatrechts erfasst.

Hasebrink, Uwe; Mikos Lothar; Prommer, Elisabeth (Hrsg.)(2004): Mediennutzung in konvergierenden Medienumgebungen. München (Reihe Rezeptionsforschung; Bd. 1). München: Fischer.

- Technische Konvergenz ist das Schlagwort, mit dem der anhaltende Wandel der Medienumgebungen oft charakterisiert wird. Die Beiträge dieses Bandes gehen der leitenden Fragestellung nach, wie die Mediennutzer mit den neuen Angebotskonstellationen umgehen, wie sie verschiedene alte und neue Medienangebote für sich kombinieren und welchen Gebrauch sie von neuen Möglichkeiten der Interaktivität und Cross-Medialität machen.

Hugger, Kai-Uwe (2008): Junge Migranten online. Suche nach Anerkennung und Vergewisserung von Zugehörigkeit. Wiesbaden: VS Verlag.

- Der Band befasst sich mit der Bedeutung der neu entstehenden Sozialräume im Internet für junge Migranten. Dabei wird empirisch-qualitativ am Beispiel junger Türken in Deutschland aufgezeigt, wie sie sich Online-Communities zunutze machen, um dort soziale Anerkennung zu finden und sich ihrer national-ethnisch-kulturellen Zugehörigkeit zu vergewissern.

Lauber, Achim; Wagner, Ulrike; Theunert, Helga (2007): Internetradio und Podcast – Neue Medien zwischen Radio und Internet. Eine explorative Studie zur Aneignung neuer Audioangebote im Auftrag der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien. Online verfügbar:  
[http://www.jff.de/dateien/Endbericht\\_Internetradio\\_Podcasts1.pdf](http://www.jff.de/dateien/Endbericht_Internetradio_Podcasts1.pdf) [Zugriff 30.07.2010]

- Im Rahmen der 4. Konvergenzstudie des JFF – Institut für Medienpädagogik wurde die Aneignung neuer Audioangebote wie Podcasts und Internetradio durch Jugendliche explorativ untersucht.

Schmidt, Jan-Hinrik; Paus-Hasebrink, Ingrid; Hasebrink, Uwe (Hrsg.) (2009): Heranwachsen mit dem Social Web. Zur Rolle von Web 2.0-Angeboten im Alltag von Jugendlichen und jungen Erwachsenen. Berlin: Vistas Verlag. (Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Medien Nordrhein Westfalen, 62)

- Die Studie, die auf einer repräsentativen Befragung und qualitativen Gruppendiskussionen basiert, geht der Frage nach, was Jugendliche und junge Erwachsene über die neuen Kommunikationsmöglichkeiten denken, wie sie diese alltäglich nutzen und wie sich der Umgang je nach Alter, Geschlecht und sozialem Kontext unterscheidet. Anliegen ist es, diesen alltäglichen Bestandteil jugendlicher Medienkultur nachzuzeichnen sowie Anregungen für mögliche zu ergreifende Maßnahmen zu geben.

Schorb, Bernd; Theunert, Helga & JFF-Institut für Medienpädagogik (Hrsg.) (2009). Die konvergente Medienwelt – Neuer Rahmen für alltägliches Medienhandeln. Reihe: merzWissenschaft 2009. München: kopaed.

- Vor dem Hintergrund konvergenter Medienentwicklungen und insbesondere des Mitmach-Internet Web 2.0 entstehen neue Kommunikationswege, werden mediale Angebote miteinander verzahnt, gehen Produktion und Rezeption ineinander über. Von diesen breit gefächerten Möglichkeiten der konvergenten Medienwelt machen gerade Jugendliche Gebrauch. Die Sonderausgabe 2009 der Zeitschrift merz / medien + erziehung befasst sich mit den Fragen, welche Angebote Jugendliche in der konvergenten Medienwelt vorfinden, was die vernetzte Nutzung für sie so attraktiv macht und wie sich Medienkonvergenz aus Sicht der Anbieter bzw. der Wissenschaft darstellt.

Schuegraf, Martina (2008): Medienkonvergenz und Subjektbildung. Mediale Interaktionen am Beispiel von Musikfernsehen und Internet. Wiesbaden: VS-Verlag.

- Die qualitative Studie beleuchtet die Umgangsformen der Jugendlichen und jungen Erwachsenen im Lichte *medien-* bzw. *kulturspezifischer* Handlungsweisen mit Hinblick auf subjektstituierende Prozesse. Die Perspektive auf das Untersuchungsfeld ist eine erziehungswissenschaftliche, die durch sozial- und kulturwissenschaftliche Theorien expliziert und mit medienwissenschaftlichen Forschungsansätzen angereichert wird. So werden Einflussmöglichkeiten und die damit evtl. verbundenen ‚Machtpotenziale‘ der Jugendlichen und jungen Erwachsenen in den Blick genommen sowie die Frage, ob und, wenn ja, sie sich diese zu Nutze machen.

Theunert, Helga (Hrsg.)(2009): Jugend – Medien – Identität. Identitätsarbeit Jugendlicher mit und in Medien. München: kopaed.

- Vor dem Hintergrund der Digitalisierung der Medienwelt, die neue Erfahrungs- und Handlungsräume geschaffen hat, denen sich insbesondere Jugendliche verstärkt zuwenden, geht der Sammelband der Frage nach, welche Bedeutung das Agieren Jugendlicher mit und in Medien für die Identitätsbildung hat bzw. wie es für diese gezielt nutzbar gemacht wird. Aus der Perspektive von Jugendsoziologie, Psychologie, Medienwissenschaft und Medienpädagogik werden verschiedene mediale Räume und Formen jugendlicher Identitätsarbeit aufgezeigt sowie theoretische Grundlagen und empirische Befunde des Themenfeldes diskutiert.

Theunert, Helga; Wagner, Ulrike (Hrsg.)(2002): Medienkonvergenz: Angebot und Nutzung. Eine Fachdiskussion veranstaltet von BLM und ZDF. BLM-Schriftenreihe, Band 70, München.

- Der Sammelband enthält die Ergebnisse der 1. explorativen Konvergenzstudie des JFF – Institut für Medienpädagogik über die Nutzung fernsehkongergenter Internetangebote durch Heranwachsende und ergänzt diese durch eine Expertendiskussion, die Einsichten aus medienpolitischer und ökonomischer Sicht, Erkenntnisse aus der Rezeptionsforschung und Ausblicke für die weitere Forschung umfasst.

Wagner, Ulrike (Hrsg.)(2008): Medienhandeln in Hauptschulumilieus – Mediale Interaktion und Produktion als Bildungsressource. München: kopaed.

- Eine Studie zu den Medienaneignungsweisen bildungsbenachteiligter Heranwachsender und zu den Potenzialen multifunktionaler Medien für Bildungsprozesse. Im Mittelpunkt der Studie steht das Medienhandeln von HauptschülerInnen, die mittels quantitativer und qualitativer Verfahren differenziert und aus ressourcenorientierter Perspektive nachgezeichnet wird.

Wagner, Ulrike; Brüggem, Nils; Gebel, Christa (2009): Web 2.0 als Rahmen für Selbstdarstellung und Vernetzung Jugendlicher. Analyse jugendnaher Plattformen und ausgewählter Selbstdarstellungen von 14- 20-Jährigen. Erster Teil der Studie „Das Internet als Rezeptions- und Präsentationsplattform für Jugendliche“ im Auftrag der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM). Online verfügbar: [http://www.jff.de/dateien/Bericht\\_Web\\_2.0\\_Selbstdarstellungen\\_JFF\\_2009.pdf](http://www.jff.de/dateien/Bericht_Web_2.0_Selbstdarstellungen_JFF_2009.pdf) [Zugriff 30.07.2010]

- Die 5. Konvergenzstudie des JFF – Institut für Medienpädagogik untersucht das Internet als Rezeptions- und Präsentationsfläche von Heranwachsenden. Dafür wurden jugendnahe Internetplattformen und die dort zu findenden Selbstdarstellungen analysiert.

Wagner, Ulrike; Theunert, Helga (Hrsg.)(2006): Neue Wege durch die konvergente Medienwelt. Studie im Auftrag der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM). München: Fischer.

- In der 3. Konvergenzstudie des JFF – Institut für Medienpädagogik wurden die qualitativen Dimensionen der Aneignung des konvergenten Medienensembles anhand von Fallstudien untersucht.

Wagner, Ulrike; Theunert, Helga; Gebel, Christa; Lauber, Achim (2004): Zwischen Vereinnahmung und Eigensinn - Konvergenz im Medienalltag Heranwachsender. München: Fischer (BLM-Schriftenreihe, 74).

- In der 2. Konvergenzstudie des JFF – Institut für Medienpädagogik wurde eine teilstandardisierte Face-to-face-Befragung von Kindern und Jugendlichen durchgeführt, deren Fragebereiche sich auf die Nutzungsstrukturen und Vorlieben Heranwachsender im konvergenten Medienensemble konzentrieren.

## Fachzeitschriften

### merz | medien + erziehung. Zeitschrift für Medienpädagogik

- <http://www.merz-zeitschrift.de/>
- „merz | medien + erziehung“ als einzige unabhängige medienpädagogische Fachzeitschrift in Deutschland greift wichtige Themen der Medienpädagogik auf und betrachtet diese aus unterschiedlichen Perspektiven.  
Die *merz* erscheint zweimonatlich als Printausgabe. Jede Ausgabe beschäftigt sich mit einem bestimmten, aktuellen Thema, das sie umfassend beleuchtet, zu dem sie Theorien und Ansätze, aktuelle Studien und Erkenntnisse sowie praktische Projekt- und Erfahrungsberichte vorstellt. Ergänzende Inhalte weiten den Blick auf das gesamte Spektrum der medienpädagogischen Landschaft, reichern die Zeitschrift mit Betrachtungen des aktuellen medialen Angebots an und geben Rezensionen zu neuen Büchern im Themenbereich Medien und Erziehung. Die letzte Ausgabe jedes Jahres, die Sonderausgabe *merzWissenschaft*, widmet sich nur einem aktuellen Thema, das sie aus wissenschaftlicher Perspektive umfassend und von verschiedenen Seiten beleuchtet.

### MedienPädagogik. Zeitschrift für Theorie und Praxis der Medienbildung

- <http://www.medienpaed.com>
- Die Zeitschrift „MedienPädagogik“ richtet sich an Kommunikations- und Medienwissenschaftler/innen sowie Fachleute der Medienpädagogik. Sie bietet ein Forum um Fragen der medienpädagogischen Theoriebildung zu verhandeln und sich über den Stand des Fachdiskurses zu orientieren. Zudem berichtet die Zeitschrift über empirische Medienforschung und bildet eine Plattform für methodologische Diskussionen.

### Medienimpulse. Beiträge zur Medienpädagogik

- <http://www.medienimpulse.at/>
- Die Zeitschrift „Medienimpulse“ veröffentlicht Beiträge zu aktuellen Themen und Fragen der Medienpädagogik.

### M&K

- <http://www.m-und-k.nomos.de/>
- Die „Zeitschrift Medien & Kommunikationswissenschaft“ bietet ein Forum zur Diskussion medien- und kommunikationsbezogener Fragen sowie für Analysen der Medienentwicklung aus unterschiedlichen Perspektiven und für alle Medien. M&K spiegelt damit die Trends der Forschung und der öffentlichen Diskussion um die Medien wider. Zusätzlich enthält die Zeitschrift Rezensionen sowie eine Zeitschriftenlese und eine Literaturübersicht. Die Zeitschrift wendet sich an Wissenschaftler, Journalisten, Medienpolitiker, Medien-Organisationen, Pressewesen, Rundfunk- und Fernsehanstalten, Film-, Fernseh-, Videoproduktionsunternehmen, Verbände und Lehrer.

## Media Perspektiven

- <http://www.media-perspektiven.de/fachzeitschrift.html>
- „Media Perspektiven“ behandelt medienwissenschaftliche und medienpolitische Themen, sie beobachtet und analysiert die Lage und Entwicklung der Massenmedien in Deutschland und in anderen Ländern einschließlich ihrer Rolle als Werbeträger. Die Fachzeitschrift wird im Auftrag der Arbeitsgemeinschaft der ARD-Werbegesellschaften herausgegeben.

## kommunikation@gesellschaft

- <http://www.soz.uni-frankfurt.de/K.G/index.html>
- „kommunikation@gesellschaft“ ist ein sozialwissenschaftliches Webjournal, das der Untersuchung der Nutzung von (alten wie neuen) Informations- und Kommunikationstechnologien aus soziologischer, kulturalanthropologischer und kommunikationswissenschaftlicher Perspektive gewidmet ist.