

Claudia Wegener: Vom Second-Screen zum Multi-Screen

Beitrag aus Heft »2015/04: smart fernsehen«

Unter Jugendlichen und jungen Erwachsenen ist die parallele Nutzung mehrerer Endgeräte inzwischen verbreitet. Die Ergebnisse einer qualitativen Studie zeigen die unterschiedlichen Nutzungsweisen des Second-Screens, der mitunter durch Dritt- und Viertgeräte erweitert wird. Dabei wird deutlich, dass es sich nicht immer um eine zielgerichtete Nutzung handelt und das Bildschirmensemble Rezipierende durchaus dazu verleitet, sich durch Medienwelten treiben zu lassen. Die Aussagen der Befragten lassen zudem auf Auswirkungen auf soziale Beziehungen und die Definition von Nähe und Distanz schließen.

Literatur:

Blumler, Jay G./Katz, Elihu (1974). The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research. Beverly Hills: Sage, S. 80-101.

Frees, Beate/van Eimeren, Birgit (2013). Multioptionales Fernsehen in digitalen Medienumgebungen. In: Media Perspektiven 7-8. S. 373-385.

Früh, Werner/Schönbach, Klaus (1982). Der dynamischtransaktionale Ansatz. Ein neues Paradigma der Medienwirkungen. In: Publizistik, 27 (1-2), S. 74-88.

Hasebrink, Uwe (2009). Lineares und nicht-lineares Fernsehen aus der Zuschauerperspektive: Spezifika, Abgrenzungen und Übergänge. Unveröffentlichter Projektbericht. Hamburg: Hans-Bredow-Institut. www.hans-bredow-institut.de/webfm_send/651 [Zugriff: 17.06.2015].

Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung an der Hochschule für Musik, Theater und Medien Hannover (IJK) (2012). Social TV – Die Zukunft des Fernsehens? www.ijk.hmtm-hannover.de/fileadmin/www.ijk/pdf/aktuelles/IJK-Hannover-Studie-Social_TV_Die_Zukunft_des_Fernsehens.pdf [Zugriff: 17.06.2015].

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs) (2014). JIM-Studie 2013. Jugend, Information, (Multi-)Media. www.mpfs.de/fileadmin/JIM-pdf13/JIMStudie2013.pdf [Zugriff: 17.06.2015].

Mende, Annette/Oehmichen, Ekkehardt/Schröter, Christian (2013). Gestaltwandel und Aneignungsdynamik des Internets. Befunde aus den ARD/ZDF-Onlinestudien 1997 bis 2012. In: Media Perspektiven. 1, S. 33-49.

SevenOneMedia (2012). SevenOne Navigator. Mediennutzung 2012. www.sevenonemedia.de/c/document_library/get_file?uuid=2a6db46d-ed67-4961-a31f-722360028543&groupId=10143 [Zugriff: 17.06.2015].

Smartclip (2012). Multiscreen ist Realität: Wie Connected TV die Fernsehlandschaft verändert. www.smartclip.com/sites/default/files/content/case-studies/case-study-pdf/smartclip_MS2012_interactive_DE.pdf [Zugriff:

17.06.2015].

Wegener, Claudia/Bartel, Hauke/Hannemann, Mahelia/Hüttmann, Anika/Kny, Eyla/Krämer, Karolin/Kranz, Juliane/Schlepfer, Zoe (2013). First Screen, Second Screen, Multi- Screen. Eine explorative Studie zur Bewegtbildnutzung der Digital Natives. Unveröffentlichter Projektbericht, Hochschule für Film und Fernsehen „Konrad Wolf“, Potsdam.

Zillmann, Dolf (1988). Mood Management: Using Entertainment to Full Advantage. In: Donohew, Lewis/Sypher Howard E./Higgins, Torry E. (Hrsg.), Communication, social cognition, and affect. Hillsdale: Lawrence Erlbaum, S. 147–172.

Zubayr, Camille/Gerhard, Heinz (2015): Tendenzen im Zuschauerverhalten. Fernsehgewohnheiten und Fernsehreichweiten im Jahr 2014. In: Media Perspektiven 3/2015, S. 110-125.