merz | medien + erziehung | Arnulfstraße 205 | 80634 München
| fon 089.68989120 | merz@jff.de | www.merz-zeitschrift.de
| ISSN 0176-9418

merz
ZEITSCHRIFT FÜR MEDIENPÄDAGOGIK

Carsten Schwemmer und Sandra Ziewiecki: Die Vernetzung von Influencern – eine Analyse der deutschen YouTube-Szene

Beitrag aus Heft »2019/06 Meinungsbildung in sich wandelnden Öffentlichkeiten«

Soziale Medien gewinnen bei Heranwachsenden in Deutschland immer mehr an Bedeutung. Zugleich werden diese Medien von Influencern aus monetären Anreizen, wie etwa der Produktvermarktung, genutzt. Diese Studie beschäftigt sich mit der Vernetzung solcher Influencer anhand einer Netzwerkanalyse der populärsten deutschen YouTube-Kanäle. Die Ergebnisse decken Kommerzialisierungsstrukturen auf, die wiederum wichtige Implikationen für den Medienkonsum von Kindern und Jugendlichen haben.

Social media are increasingly important for adolescents in Germany. At the same time, social media are used by influencers because of monetary incentives such as product placement. This study deals with networking between influencers by conducting network analysis of the most popular German YouTube channels. Results shed light on structures of commercialization, which in turn have important implications for media consumption of adolescents.

kopaed verlagsgmbh | Arnulfstraße 205 | 80634 München
kopaed verlagsgmbh | fon 089.688 900 98 | info@kopaed.de | www.kopaed.de