Karina Böhm: Jugendliche, Musik und Konvergenz

Beitrag aus Heft »2004/02: Musik im Leben Heranwachsender«

Jugendliche handeln medienkonvergent, um ihre musikbezogenen Bedürfnisse zu befriedigen. Die 13- bis 18-jährigen Jungen und Mädchen nutzen dabei vor allem fünf Medien: Fernsehen, Internet, Tonträger, Radio und Printmedien. Nicht-Fans zeichnen sich durch ein breiteres, aber unspezifischeres Medienhandeln aus.

Die Fans sind durch ihre ausgeprägten Musikpräferenzen motiviert, das zur Verfügung stehende Medienensemble umfassender und tieferschürfender zu nutzen als die Nicht-Fans. Vor allem das Internet ist für sie das primäre Informationsmedium.

(merz 2004-02, S.43-45)