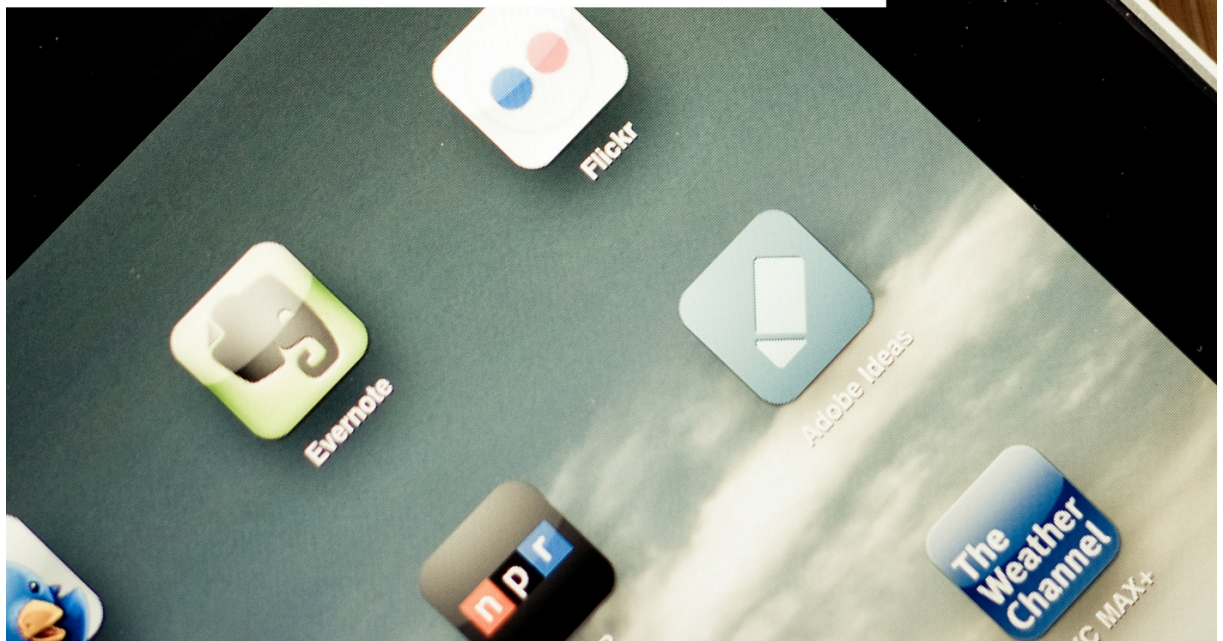




Hausarbeit

Medienrepertoires - Forschungskonzept der Zukunft für die Medienpädagogik?

von Matthias Andrasch





Fachhochschule Köln
Cologne University of Applied Sciences

Fakultät für Angewandte Sozialwissenschaften

Modul: TM 1.1: Bildung und Erziehung – Grundlagen: Themen

Dozent: Dr. Frank Berzbach

Medienrepertoires – Forschungskonzept der Zukunft für die Medienpädagogik?

Hausarbeit

Eingereicht von:
Matthias Andrasch
Master-Studiengang Pädagogik und Management
in der Sozialen Arbeit

Kontakt: <http://www.matthias-andrasch.de>

Abgabedatum: 02.03.2015



Dieses Werk von [Matthias Andrasch](#) ist lizenziert unter einer [Creative Commons Namensnennung 4.0 International Lizenz](#). Cover-Hintergrundbild [Too Connected](#) von sean hobson, lizenziert unter einer [CC BY 2.0 Lizenz](#). Cover-Erstellung mit [canva.com](#).

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	5
2. Das Forschungskonzept der Medienrepertoires	5
2.1. Theoretische Grundlagen	6
2.2. Empirische Vorüberlegungen	8
2.3. Das Forschungsprogramm des repertoire-orientierten Ansatzes	10
3. Diskussion und Kritik	10
4. Fazit	13
5. Literaturverzeichnis	14
6. Tabellenverzeichnis	15

1. Einleitung

In der heutigen Zeit stehen dem Einzelnen eine Vielzahl unterschiedlicher Medienangebote zur Verfügung. Neben einer scheinbar steigenden Komplexität des Medioumfeldes, deuten sich gesellschaftliche Veränderungsprozesse an, welche mit Begriffen wie Wissensgesellschaft oder Informationsgesellschaft charakterisiert werden. Im Forschungskontext stellt sich die Frage, inwiefern die Mediennutzung sowie die Auswahl von Medien und Medieninhalten zielführend untersucht werden kann. Vor allem die Disziplin der Medienpädagogik dürfte daran interessiert sein, inwiefern Menschen verschiedenen Medien und Medieninhalte in ihre Lebenswelt bzw. ihren Alltag integrieren und nutzen.

Diese Arbeit untersucht das Forschungskonzept des repertoire-orientierten Ansatzes, welcher 2006 von Jutta Popp und Uwe Hasebrink formuliert wurde, hinsichtlich folgender Forschungsfrage:

Welche Potenziale bietet das Forschungskonzept der Medienrepertoires für die Medienpädagogik bzw. die medienpädagogische Forschung?

Im ersten Teil der Arbeit werden die theoretischen Grundlagen des Ansatzes sowie die empirischen Vorüberlegungen vorgestellt. Weiterhin werden die Schritte des Forschungsprogramms behandelt.

Anschließend werden im zweiten Teil Kritikpunkte sowie die Potenziale diskutiert, welche das Forschungskonzept für die wissenschaftliche Disziplin der Medienpädagogik bzw. der medienpädagogischen Forschung bieten könnte.

2. Das Forschungskonzept der Medienrepertoires

Das von Hasebrink und Popp (2006, S.369) vorgeschlagene Forschungskonzept basiert auf der Kritik, dass die Erforschung von Mediennutzung und der Auswahl von Medien sich zu meist auf einzelne Aspekte konzentriert: „[L]ittle attention has been paid to the question what the overall result of all this selectivity is, how media users combine different media contacts into a comprehensive pattern of exposure or, as we call it, a media repertoire“.

Für Hasebrink und Popp (vgl. 2006, S.369f) existieren für diese Fokusverschiebung der Forschung auf Medienrepertoires mehrere Beweggründe. Ein wichtiger Punkt ist hierbei die vieldiskutierte Frage, ob neue Medienangebote, die beispielsweise durch das Internet entstanden sind, klassische Medien wie TV oder Radio ersetzen.

Weiterhin sehen die Autoren eine Relevanz im Bereich von Cross-Media-Strategien in der

Medienindustrie, welche nur systematisch entwickelt werden können wenn entsprechende Informationen darüber vorliegen, wie Inhalte aus verschiedenen Medien durch Nutzer_innen kombiniert werden.

Betroffen ist ebenfalls die Medienwirkungsforschung, welche sich nach Hasebrink und Popp (ebd.) nicht auf den Einfluss von einzelnen Medien in multimedialen Umgebungen verlassen kann.

2.1. Theoretische Grundlagen

Hasebrink und Popp (vgl. 2006, S.370f) haben die - ihrer Einschätzung nach - erstaunliche Beobachtung gemacht, dass in der Mediennutzungsforschung oft die Mediennutzung an sich als einzelne Variable (bspw. Zeit oder Frequenz der Nutzung) operationalisiert wird. Diese Variable wird dann als abhängige Variable mit einer Auswahl mehr oder weniger komplexer unabhängigen Variablen erklärt, wie z.B. Bedürfnisse, Interessen, Stimmung oder Belohnungssuche.

Im Gegensatz hierzu stellt ein repertoire-orientierter Ansatz in Frage, ob Mediennutzung mit einzelnen Variablen erklärt werden kann. Der von Hasebrink und Popp (2006, S.371) vorgestellte Ansatz betont die Bedeutung von Mustern anstelle von Variablen und stellt die folgenden Fragen in den Mittelpunkt der Forschung: „What is the result of different forms of selectivity, how do media users combine their media contacts into a comprehensive pattern of media use, into their media repertoire?“.

In Bezug auf existierende theoretische Ansätze stellt sich die Frage, ob diese für einen repertoire-orientierten Ansatz adaptiert werden können. Hasebrink und Popp (vgl. 2006, S.371f) formulieren zwei Möglichkeiten der Anpassung des prominenten Nutzen- und Belohnungsansatzes, schränken diese jedoch wie folgt ein: „[E]ven with an extension of Uses and Gratifications as outlined, a repertoire-oriented approach as we propose it needs further theoretical elaboration regarding the question of the social and psychological origins of needs which lead to the Uses and Gratifications mechanism. In addition, the important critique regarding the basic assumption of media users being able to reflect and rationally explain their choices seems to be particularly relevant when it comes to gratifications on the meta-level“ (ebd.).

Hasebrink und Popp führen weitere Beispiele für Ansätze an, welche noch stärker auf die Mediennutzung als abhängige Variable ausgelegt sind. Dazu gehören „mood management research (Zillmann, 2000)“, „sensation-seeking (Zuckermann, 1988)“ oder „need for cognition (Henning and Vorderer 2001)“. Diese könnten im repertoire-orientierten Ansatz trotzdem genutzt werden: „The respective ideas could be adapted [...] by shifting the empirical approach from single variables (e. g., likeliness to select a specific kind of content) to patterns

of selections (e. g., the degree of diversity or variability of the selected content)“ (Hasebrink & Popp 2006, S.372). Den angesprochenen Ansätzen ist gemein, dass sie versuchen konkrete Entscheidungen bei der Auswahl von Medieninhalte zu erklären (vgl. ebd.).

Eine andere Art der Forschung, welche Hasebrink und Popp (vgl. 2006, S.373) als wichtigen Bestandteil in ihr Konzept miteinbeziehen, legt den Fokus auf Lebensstile oder soziale Milieus. Diese Forschungsart wird beispielsweise in der Marktforschung für die Zielgruppenbestimmung genutzt. Auch wenn die dazugehörigen Forschungsansätze konzeptionelle Unterschiede aufweisen, so haben sie doch laut Hasebrink und Popp (ebd.) folgende Gemeinsamkeit: „[T]he common aim of the respective studies is to identify subgroups of the population whose members share certain patterns of behavior“.

Hasebrink und Popp (2006, S.373) beziehen einen Vorschlag von Karl Erik Rosengren mit ein, um systematische Mängel der Lebensstilforschung zu überwinden: „Rosengren proposed to deal ,with the relations between, on the one hand, structural, positional and individual characteristics, and on the other, patterns of human action‘ (14). This approach seems to be a helpful step towards a pattern-oriented approach, which could help to integrate the aforementioned social and psychological origins of needs, which then leads to selective exposure as described by the Uses and Gratifications or the mood management approach“.

Allerdings kritisieren sie, dass Rosengren und seine Gruppe strukturelle, positionelle und individuelle Merkmale als unabhängige Variablen mit Einzelvariablen, die einen bestimmten Aspekt der Mediennutzung beschreiben, verknüpfen (vgl. ebd.).

Um Handlungsmuster besser untersuchen zu können, greifen sie auf einen Ansatz von Weiß zurück, welcher auf Bourdieus Habituskonzept¹ zurückgreift. Der Ansatz von Weiß beschreibt systematische die wechselseitige Beziehung zwischen der Mediennutzung des Individuums und seiner Position in einer strukturierten Gesellschaft (vgl. Hasebrink & Popp 2006, S.373). Unter Einbezug dieses Ansatzes definieren Hasebrink und Popp (ebd.) den Begriff Medienrepertoire wie folgt:

„[M]edia repertoires can be understood as integral part of lifestyles, and they have to be interpreted with regard to their practical meaning. Moreover, the collective roots of habitus lead to milieu-specific lifestyles with typical patterns of action which are also reflected by patterns of media use“

¹ Eine simple Erklärung für den Einstieg in Bourdieus Habituskonzept hat die Dozentin Cheryl Reynolds, University of Huddersfield, in Form eines Erklärvideos produziert: <https://www.youtube.com/watch?v=87BPL62wyyU> [Letzter Zugriff: 27.02.2015]. Eine detaillierte Auseinandersetzung mit dem Habituskonzept im Rahmen der Cultural Studies liefert Weiß (2009)

Auch wenn die theoretische Grundlage eine Basis bilden kann, die über die individuelle Ebene der Mediennutzung hinaus gehen kann, existieren für Hasebrink und Popp (vgl. 2006, S.374) in der theoretische Ausarbeitung des repertoire-orientierten Ansatzes noch mehrere Herausforderungen, die zukünftig ausgearbeitet werden sollten.

2.2. Empirische Vorüberlegungen

Für Hasebrink und Popp (2006, S.374) ist die abhängige Variable in ihrem Forschungsprogramm „a pattern of relations between single indicators of media use. In order to describe and understand patterns of exposure, we propose starting with an analysis of - to put it metaphorically - the ‘bi-lateral relationships’ between different kinds of media or content“. Diese „zweiseitigen Beziehungen“² können durch bivariate Korrelationen untersucht werden, welche zwischen verschiedenen Medien oder Inhalten berechnet werden können. Hasebrink und Popp führen das Beispiel der Berechnung der Nutzungsmenge von TV- sowie Internet an. In diesem Zusammenhang wird ein Koeffizient gebildet, welcher wie folgt interpretiert werden kann:

Ergebnis der bivariaten Korrelationsberechnung:	Interpretation bzgl. Medienrepertoire (Muster) (vgl. Hasebrink & Popp 2006, S.374)
Negative Korrelation	<ul style="list-style-type: none"> • Spannungsverhältnis – passen scheinbar nicht zusammen • die Nutzung eines Mediums geht wohl auf Kosten des anderen Mediums • wenige Personen kombinieren eine hohe Nutzung von beiden Medien in ihrem Medienrepertoire
Positive Korrelation	<ul style="list-style-type: none"> • werden wahrscheinlich oft in Medienrepertoires kombiniert
Keine Korrelation	<ul style="list-style-type: none"> • Beliebige Kombinationen von TV- und Internetnutzung werden in Medienrepertoires voraussichtlich vorgefunden

Tabelle 1 Interpretation der bivariaten Korrelation zwischen Internet- und TV-Nutzung (Menge)

Die Untersuchung der zweiseitigen Beziehungen von Medien oder verschiedenen Medieninhalten erachten Hasebrink und Popp als die Grundeinheiten von Medienrepertoires (vgl. 2006, S.374).

Dennoch geht für Hasebrink und Popp (ebd.) das Konzept der Medienrepertoires für sie über

² Ob „Beziehung“ oder eher „Verhältnis“ die korrekte Übersetzung in diesem Kontext ist, müsste noch diskutiert werden.

die bivariaten Korrelationen hinaus: „Media repertoires are conceived as comprehensive patterns of media use“. Deshalb verweisen auf die ‚configuration frequency analysis‘ oder die Cluster-Analyse³. Beide Forschungsansätze werden genutzt, um Fälle mit gleichen Eigenschaften zu identifizieren und Cluster zu bilden, die eindeutig von anderen Clustern unterscheidbar sind. So können beispielsweise Mediennutzer_innen in verschiedene Gruppen oder Typen unterteilt werden, die anhand der Merkmale eindeutig abgrenzbar sind. Für den repertoire-orientierten Ansatz erachten Hasebrink und Popp dieses Vorgehen als zweiten empirischen Ansatz ihres Forschungskonzepts (vgl. Hasebrink & Popp 2006, S.374).

Wie bereits in dieser Arbeit erläutert, beziehen Hasebrink und Popp das Modell von Rosengren mit ein, welches strukturelle, positionelle und individuelle Charakteristiken mit Handlungsmustern in Beziehung setzt. Da die beiden eben genannten empirischen Ansätze jedoch rein deskriptiv sind, stellt sich für Hasebrink und Popp (2006, S.375f) in diesem Zusammenhang folgende Frage: „[T]he theoretically relevant question will be to what extent the bi-lateral relations between media as well as the clusters of media exposure are influenced by structural, positional, or individual factors“.

Ein wichtiger struktureller Faktor ist hierbei das Medienumfeld („media environment“). Hasebrink und Popp (vgl. 2006, S.375) vermuten, dass beim Auftreten neuer Medien in diesem Umfeld sich auch die Cluster des Medienkontakts⁴ verändern. Genutzt werden soll der Vergleich von Mustern des Medienkontakts über eine längere Zeitspanne. Hiermit soll folgendes belegt werden: „The results will provide evidence of longterm changes of the relative functionalities of different media“ (ebd.).

Bezüglich der positionellen Ebene sind Alter, Geschlecht und Bildung wichtige Faktoren, da sie laut Hasebrink und Popp (2006, S.375) Studien zufolge einen starken Einfluss auf einzelne Indikatoren der Mediennutzung haben. Insofern formulieren sie die folgende Forschungsfrage: „the research question will be to what extent a certain position influences the relations between different media and the respective overall patterns of media use“ (ebd.).

Hasebrink und Popp (2006, S.375) betonen explizit die Offenheit ihres Konzepts auf der Analyseebene:

„The basic idea of a repertoire-oriented approach to media use does not

³ Im Bereich der Lebensstilforschung sehr wichtig (vgl. Hasebrink & Popp 2006, S.374)

⁴ Hasebrink und Popp (2006) nutzen in ihrem Text die Begriffe „media use“ und „media exposure“. Letzteren Begriffe werde ich in dieser Arbeit als „Medienkontakt“ übersetzen. Eine explizite Definition liefern Hasebrink und Popp nicht, eine mögliche Erklärung der Unterscheidung findet sich aber bei Donald F. Roberts und Ulla G. Foehr (2008). Hier wird unterschieden zwischen konkreter Mediennutzung (Computer spielen) und dem Medienkontakt („media exposure“), welcher auch den laufenden Fernseher neben dem Computer spielen miteinbezieht.

specify on which level media use is described. There is just the abstract principle of analysis to search for patterns of exposure, for combinations of media behaviors. Thus, a repertoire can be made up by certain portions of use of media in general (e. g., TV, radio, newspapers, Internet etc.), or by certain topics used in any media (e. g., politics, economy, sports, culture etc.), or by certain genres (e. g., drama, comedy, action, romance etc.). In this respect, a repertoire-oriented approach is not exclusive; i. e., there are no theoretical arguments in favor or against one of these levels. As a consequence, any concrete research on media repertoires has to clarify the respective level of analysis it refers to“

2.3. Das Forschungsprogramm des repertoire-orientierten Ansatzes

Das Forschungsprogramm des repertoire-orientierten Ansatzes besteht aus drei Schritten (Hasebrink & Popp 2006, S.375f):

1. „Bi-lateral relations between different media. The correlations between the amount of use of different media will be analyzed using a meta- analysis of existing datasets“
2. „Identification of media repertoires. Starting from the results of the first step, existing datasets will be analyzed with regard to comprehensive patterns of media use“
3. „Linking media repertoires to everyday practices. Starting from selected media repertoires as identified in the previous step, qualitative interviews shall be conducted with individuals who show the respective pattern of media use on the level of quantitative indicators“

Auf die Einzelheiten und Besonderheiten der einzelnen Schritte kann in dieser Arbeit auf Grund des Umfangs nicht eingegangen werden.

In ihrer Arbeit aus dem Jahr 2006 stellen Hasebrink und Popp exemplarisch Ergebnisse vor, welche sie aus der Durchführung der Schritte 1 und 2 erlangt haben. Inzwischen existieren weitere Untersuchungen, welche den repertoire-orientierten Ansatz genutzt haben und weiterhin auch systematische Beiträge geleistet haben (Schmidt u. a. 2009; Hasebrink u. a. 2015; Hasebrink & Domeyer 2010b; Hasebrink & Domeyer 2012; Hölig & Hasebrink 2014).

3. Diskussion und Kritik

Hinsichtlich der enormen technischen Innovationsprozesse der letzten Jahrzehnte stellt sich für die medienpädagogische Forschung die Herausforderung, wie Mediennutzung bzw. Medienkontakt allumfassend und zielführend erforscht werden kann. Das Konzept der Medienrepertoires könnte hierfür eine Lösung bieten. Zusammenfassend beschreiben Hasebrink

und Popp (2006: S. 384) das Konzept wie folgt:

„The main argument is that the result of selective exposure to media accumulates to a specific combination of contacts with different media and kinds of content, i. e., media repertoires“

Das Forschungskonzept der Medienrepertoires bietet hierbei einen Ansatz, der sowohl auf quantitative Untersuchungen zurückgreift als auch qualitative Methoden wie Interviews nutzt. Somit soll die Lücke zwischen Untersuchungen, die beispielsweise versuchen exakte Zuschauerermessungen durchzuführen, und den größtenteils qualitativen wissenschaftlichen Untersuchungen geschlossen werden, denn:

„Although both paradigms share individual and aggregate patterns of media use as their main object of investigation, there is no productive cooperation; as a consequence results of large scale audience measurement studies are generally highly descriptive and far away from people’s everyday practices and thus ‚meaningless‘, while results from qualitative receptions studies have limited capacity to generalise their concepts and empirical findings to broader populations“
(Hasebrink & Domeyer 2012, S.758)

Durch die theoretische Fundierung mit Hilfe des Ansatzes von Weiß gelingt auch der gesellschaftliche bzw. soziale Bezug, welcher eine differenziertere Betrachtungsweise ermöglicht. So kommen beispielsweise Erkenntnisse zutage, die Belege dafür liefern, dass die Auswahl von bestimmten Medieninhalten mit niedrigem oder hohem Prestige z.B. auch von sozialen Normen abhängen kann (vgl. Hasebrink & Domeyer 2012, S.770) – Ergebnisse, die eine reine quantitative Nutzungsabfrage nur bedingt leisten kann.

Weiterhin bietet die Untersuchung nach Handlungsmustern die Möglichkeit, komplexere Zusammenhänge zu erfassen und Medien bzw. Medieninhalte ins Verhältnis zu setzen. Durch das Konzept der individuell zusammengestellten Repertoires, die von mehreren Faktoren beeinflusst werden können, rückt der Forschungsansatz meiner Einschätzung nach näher an den lebensweltlichen Alltag heran.

Für eine medienpädagogische Forschung, die die Orientierungsleistung in medial durchsetzten Lebenswelten erforschen will, kann der repertoire-orientierte Ansatz weiterhin eine gute Grundlage bieten, da auch die gesellschaftlichen Rahmenbedingungen und Veränderungsprozesse nicht außer Acht gelassen werden. Uwe Hasebrink und Hanna Domeyer (2010a) zeigen beispielsweise, dass der repertoire-orientierte Ansatz für die Untersuchung von konvergierenden Mediumgebungen genutzt werden kann und untersuchen dementsprechend Informationsrepertoires. Dabei wird der gesellschaftliche Bezug hergestellt, indem auf den

Begriff „Informationsgesellschaft“ verwiesen wird. Auch wenn für diesen Begriff unterschiedliche Konzepte existieren, so ist die Forschungsfrage, „wie sich der Einzelne und die Gesellschaft unter den veränderten medialen Bedingungen informier[t]“ (Hasebrink & Domeyer 2010a, S.30), wohl eine der wichtigsten Fragen für die aktuelle medienpädagogische Forschung.

Hinsichtlich der Bildungstheorie der Strukturalen Medienbildung (Jörissen & Marotzki 2009), welche ebenfalls eine medial durchsetzte Lebenswelt mit Blick auf Bildungsprozesse betont und Bezug auf das Phänomen der Wissensgesellschaft nimmt, stellt sich die Frage ob der repertoire-orientierte Ansatz hier ebenfalls eine weitere theoretische Fundierung erfahren könnte und/oder ob andere Formen der Anschlussfähigkeit bestehen.

Bezüglich des – zumindest in der Vergangenheit - viel diskutierten Begriffs der Medienkompetenz wäre hier wohl auch zu fragen, welche Kompetenzen notwendig sind, um ein Informationsrepertoire zu gestalten, welches das Individuum befähigt an einer (komplexen) (Informations-)Gesellschaft teilzuhaben bzw. sich in dieser zurechtzufinden.

Der repertoire-orientierte Ansatz bietet meiner Ansicht nach ein großes Potenzial, über die simplen Fragen „Welche Medien nutzt du?“ und „Wofür nutzt du diese“ hinauszugehen und Erkenntnisse darüber zu liefern, warum bestimmte Medien bzw. Medieninhalte ausgewählt werden bzw. wie bestimmte Medien oder Inhalte im Verhältnis zueinander stehen und wie sich dieses Verhältnis ändert durch Innovationsprozesse. Durch die beschriebene Offenheit der Analyseebene können vielfältige Aspekte untersucht werden.

Das Konzept des Medienrepertoires kann in meinen Augen in der medienpädagogischen Praxis ebenfalls einen guten Reflexionspunkt bieten, welcher nicht die Gefahren oder Vorteile einzelner Medien oder Medieninhalte betont, sondern die Zusammenstellung und somit auch die Auswahlmöglichkeit bzw. die Herausforderung der Auswahl in den Blick nimmt.

Kritisch hinterfragt werden sollte, ob das Geschlecht als positionelle Variable tatsächlich „einen starken Einfluss auf einzelne Indikatoren der Mediennutzung hat“ (Hasebrink & Popp 2006, S.375). Hasebrink und Popp verweisen auf die Ergebnisse vieler Studien, liefern hierfür aber keine expliziten Belege im Text.

Perspektivisch gesehen könnten Begrifflichkeiten wie „media exposure“ und „media use“ im medienpädagogischen Kontext noch weiter differenziert werden, evtl. auch in Bezug auf die medienpädagogischen Begriffe wie Medienhandeln. Eine Aushandlung der verschiedenen gebrauchten Begriffe wie Medien, Medieninhalte oder – wie im Fall dieser Arbeit der Begriff - Medienangebote könnte zu einem weniger unscharfen Gebrauch der Begriffe führen und erscheint mir somit auch im Kontext des vorgestellten Ansatzes für sinnvoll. Vor allem aus dem Grund, dass im repertoire-orientierten Ansatz weitere Theoriebezüge – z.B. zur Le-

bensstilforschung - hergestellt werden, die eventuell wieder andere Begriffsdefinitionen gebrauchen.

4. Fazit

Die Darlegung der theoretischen Grundlagen sowie empirischen Vorüberlegungen zeigt, dass der repertoire-orientierte Ansatz durchaus das Potenzial haben könnte, zukünftig weiterhin für eine produktive und differenzierte Untersuchung der Mediennutzung eingesetzt zu werden. Der Ansatz verbindet hierbei quantitative und qualitative Forschungsmethoden aus mehreren Feldern und greift auch auf bereits bestehende Untersuchungsdaten zurück. Weiterhin fokussiert sich das Forschungsprogramm auf Handlungsmuster. Hiermit wird versucht einen allumfassenderen Blick auf die Mediennutzung zu nehmen und bisherige Schwachpunkte in den verschiedenen Ansätzen der Mediennutzungsforschung auszubessern.

Das Forschungskonzept der Medienrepertoires berücksichtigt weiterhin auch die sozialen Rahmenbedingungen, die bei der Zusammenstellung von Medienrepertoires eine Rolle spielen. Somit kann das Forschungsprogramm auch im Diskurs um eine Informations- oder Wissensgesellschaft eingesetzt werden.

Vor allem für die Herausforderung der konvergierenden Medienumgebungen, die in den letzten Jahren in den Blickpunkt gerückt sind, bietet der Ansatz für die Forschung interessante empirische Ansätze. Dementsprechend bietet sich das Konzept der Medienrepertoires auch für die medienpädagogische Forschung sowie als Reflexionsangebot in der Praxis an. Insofern kann der repertoire-orientierte Ansatz als eines der Forschungsprogramme für die Zukunft der Medienpädagogik angesehen werden. Eine weitere theoretische Fundierung, welche auch in Bezug auf eher medienpädagogisch geprägte Theorien geschehen könnte, erscheint hierbei perspektivisch dennoch lohnenswert.

5. Literaturverzeichnis

- Hasebrink, U. u. a., 2015. Changing Patterns of Media Use Across Cultures : A Challenge for Longitudinal Research. , 9, S.435–457. Verfügbar unter: <http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/3452>.
- Hasebrink, U. & Domeyer, H., 2010a. Die Mediatisierung der Alltagswelt. In *Die Mediatisierung der Alltagswelt*. S. 48–64. Verfügbar unter: <http://www.springerlink.com/index/10.1007/978-3-531-92014-6>.
- Hasebrink, U. & Domeyer, H., 2012. Media repertoires as patterns of behaviour and as meaningful practices : A multimethod approach to media use in converging media environments. *Participations*, 9(2), S.757–779. Verfügbar unter: [http://www.participations.org/Volume 9/Issue 2/40 Hasebrink Domeyer.pdf](http://www.participations.org/Volume%209/Issue%202/40%20Hasebrink%20Domeyer.pdf).
- Hasebrink, U. & Domeyer, H., 2010b. Zum Wandel von Informationsrepertoires in konvergierenden Medienumgebungen. In M. Hartmann & A. Hepp, hrsg. *Die Mediatisierung der Alltagswelt*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 48–64. Verfügbar unter: http://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-531-92014-6_4#.
- Hasebrink, U. & Popp, J., 2006. Media repertoires as a result of selective media use. A conceptual approach to the analysis of patterns of exposure. *Communications*, 31(2006), S.369–387. Verfügbar unter: <http://www.degruyter.com/view/j/comm.2006.31.issue-3/commun.2006.023/commun.2006.023.xml>.
- Hölig, S. & Hasebrink, U., 2014. Nachrichtennutzung im Wandel : Neue Plattformen , Endgeräte und Zugänge. , S.530–538. Verfügbar unter: http://www.media-perspektiven.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/pdf/2014/11-2014_Hoelig_Hasebrink.pdf.
- Jörissen, B. & Marotzki, W., 2009. *Medienbildung - Eine Einführung*, Bad Heilbrunn: Julius Klinkhardt.
- Roberts, D.F. & Foehr, U.G., 2008. Trends in Media Use Trends in Media Use. , 18(1), S.11–37. Verfügbar unter: http://futureofchildren.org/futureofchildren/publications/docs/18_01_02.pdf.
- Schmidt, J.-H., Hasebrink, U. & Paus-Hasebrink, I., 2009. Heranwachsen mit dem Social Web - Kurzfassung des Endberichts für die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM). , (April). Verfügbar unter: http://www.hans-bredow-institut.de/webfm_send/367.
- Weiß, R., 2009. Pierre Bourdieu: Habitus und Alltagshandeln. In A. Hepp, F. Krotz, & T. Thomas, hrsg. *Schlüsselwerke der Cultural Studies*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 31–46. Verfügbar unter: http://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-531-91839-6_3.

6. Tabellenverzeichnis

Tabelle 1 Interpretation der bivariaten Korrelation zwischen Internet- und TV-Nutzung (Menge).....	8
---	---