

Klaus Beck
Till Büser
Christiane Schubert

Mediengenerationen

Biografische und kollektivbiografische
Muster des Medienhandelns

HERBERT VON HALEM VERLAG

Mit freundlicher Unterstützung der Deutschen Forschungsgemeinschaft.

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation
in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte
bibliografische Daten sind im Internet über
<http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Klaus Beck / Till Büser / Christiane Schubert

Mediengenerationen.

Biografische und kollektivbiografische Muster des Medienhandelns

Köln: Halem, 2017

ISBN (Print) 978-3-7445-0882-7

ISBN (PDF) 978-3-7445-0884-1

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme (inkl. Online-Netzwerken) gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

© 2017 Herbert von Halem Verlag, Köln

Zuerst erschienen im UVK Verlag, Konstanz, 2016 (978-3-86764-575-1)

Satz: Daniel Gräßer, Simon Lübke, Berlin

Herbert von Halem Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG

Schanzenstr. 22, 51063 Köln

Tel.: +49(0)221-92 58 29 0

E-Mail: info@halem-verlag.de

URL: <http://www.halem-verlag.de>

Inhalt

| | |
|---|-----------|
| Einleitung..... | 7 |
| 1 Theorie der Mediengeneration..... | 13 |
| 1.1 Einleitung: Generation und Mediengeneration..... | 13 |
| 1.2 Generationentheorie..... | 16 |
| 1.3 Medien: Dispositiv, Format, Narrativ..... | 23 |
| 1.3.1 Die Medien der Mediengeneration..... | 23 |
| 1.3.2 Mediendispositive..... | 25 |
| 1.3.3 Medienformate..... | 28 |
| 1.3.4 Mediennarrative..... | 30 |
| 1.4 Das Feld der Medien, mediales Kapital und medialer Habitus..... | 33 |
| 1.4.1 Einleitung: mediale Strukturen und mediales Handeln..... | 33 |
| 1.4.2 Kapital und mediales Kapital..... | 36 |
| 1.4.3 Das Feld der Medien..... | 45 |
| 1.4.4 Habitus und Medienhabitus..... | 52 |
| 1.5 Zusammenfassung und Schlussfolgerungen..... | 64 |
| 2 Auf der Suche nach Mediengenerationen: Untersuchungsdesign und Methoden..... | 71 |
| 2.1 Forschungsdesign im Überblick..... | 71 |
| 2.2 Erhebungsinstrumente..... | 75 |
| 2.2.1 Fragebogen..... | 75 |
| 2.2.2 Leitfaden für die Interviews mit medienbiografischem Fokus..... | 76 |
| 2.2.3 Medienmemory..... | 82 |
| 2.2.4 Leitfaden für die Mehrgenerationengespräche im Familienkontext..... | 84 |

| | | |
|----------|---|------------|
| 2.2.5 | Leitfaden für die altershomogenen Gruppengespräche | 85 |
| 2.3 | Sampling und Gewinnung der Teilnehmer | 87 |
| 2.4 | Durchführung und Verlauf der Erhebungen | 91 |
| 2.5 | Dokumentation, Datenmanagement und Auswertung | 98 |
| 2.5.1 | Auswertung der standardisierten Fragebögen..... | 99 |
| 2.5.2 | Transkription | 102 |
| 2.5.3 | Qualitative Inhaltsanalyse der individuellen Leitfadengespräche | 103 |
| 2.5.4 | Computerunterstützte Inhaltsanalyse..... | 104 |
| 2.5.5 | Personenbezogene Einzelberichte (»Habitus-Porträts«) und Vergleich innerhalb der Babyboomer..... | 105 |
| 2.5.6 | Inhaltsanalytische Auswertung der Gruppengespräche..... | 106 |
| 3 | Mediengenerationen: empirische Befunde | 109 |
| 3.1 | Der mediale Habitus einer Generation?..... | 109 |
| 3.1.1 | Zusammensetzung des medialen Kapitals und die individuelle Position im Feld der Medien | 109 |
| 3.1.2 | Ausdrucksformen des medialen Habitus | 114 |
| 3.1.3 | Generationenstil als kollektiver medialer Habitus..... | 118 |
| 3.2 | Parallele Medienbiografien..... | 133 |
| 3.3 | Generationslagerung und Generationszusammenhang: Mediengeneration als Konstrukt..... | 135 |
| 3.3.1 | Generationenspezifische Erinnerungen | 135 |
| 3.3.2 | Generationelle Identifikation und Distinktion | 140 |
| 4 | Zusammenfassung und Fazit | 151 |
| | Anhang | 159 |
| | Literatur | 181 |