
Inhalt

Abkürzungen.....	13
------------------	----

1 Einführung.....	15
--------------------------	-----------

Teil I – Zum Thema

2 Annäherung und erste Aufarbeitung des Forschungsstandes	23
2.1 Das Social Web – Einbettung des Kommunikationsdienstes YouTube.....	24
2.2 Erkenntnisse der Internet-Nutzungsforschung.....	28
2.3 Theoretische Grundlagen zur Identitätskonstruktion und Sozialisation	36
2.4 Präsentativer Selbsta Ausdruck als Forschungsgegenstand.....	45
2.5 Genese der Forschungsfragen und Fokussierung auf ein zu untersuchendes Phänomen	51

Teil II – Zur Konzeption

3 Methodische Konzeption der Studie	59
3.1 Entscheidung für ein qualitatives Forschungsvorgehen	59
3.2 Methodologischer Bezugsrahmen Ethnografie	60
3.3 Methodologischer Bezugsrahmen Grounded Theory Methodology.....	64
3.4 Zugang zum Forschungsfeld und die Kommunikation zwischen Teilnehmern und Forscher	74
3.4.1 Online-Kaltakquise.....	79

3.4.2	Online-Akquise auf Empfehlung oder mit Bezug zu anderen Personen.....	82
3.4.3	Persönliche Offline-Akquise	83
3.5	Going Native !?	84
3.6	Kurze Falldarstellungen und Begründung des theoretischen Samples	88
3.6.1	Tai, 15 Jahre	88
3.6.2	Samir, 16 Jahre	91
3.6.3	Phúc, 17 Jahre	92
3.6.4	Maria, 18 Jahre	93
3.6.5	Nils, 17 Jahre	95
3.6.6	Michael, 15 Jahre	97
3.6.7	Sarah, 15 Jahre	99
3.6.8	Sylvie, 17 Jahre	101
3.7	Erhebungsmethoden und Datenkorpus	102
3.7.1	Episodisches Interview mit Surfphasen	102
3.7.2	Kurzfragebogen	106
3.7.3	Beobachtung online und offline	107
3.7.4	Kontextbezogene Videoanalysen	107
3.7.5	Forschungstagebuch	116
3.7.6	Datenkorpus	116
3.8	Auswertung in Anlehnung an die GTM	118

Teil III – Ergebnisse

4	Was ist YouTube?	123
4.1	Unternehmensgeschichte und Geschäftsmodell	124
4.2	YouTube aus der Nutzerperspektive	127
4.2.1	Nutzung ohne Anmeldung	128
4.2.2	Zusätzliche Optionen bei der Nutzung mit Anmeldung	129
4.2.3	Möglichkeiten für Gestaltung und Selbstausdruck	131
4.3	Nutzerdaten, Jugendschutz und Rechte der Nutzer	132
5	Was ist C Walk?	135
5.1	Herkunft und Bedeutung des C Walk	136
5.2	Adaption durch Jugendliche	137
5.2	Zur Bedeutung von YouTube	140

6 Raumkonstruktion, Aneignung und Entwicklung im C Walk auf YouTube	141
6.1 Theoretische Bezüge	146
6.1.1 Aneignung	146
6.1.2 Relationaler Raum	151
6.1.3 Kräftefeld und Kapital	155
6.2 Erlebensraum C Walk – Konstruktion eines persönlichen, jugendkulturellen Sozialraumes	161
6.3 Das Kräftefeld des C Walk	171
6.3.1 „Zeigen, was man kann“ – das Prinzip des jugendkulturellen Kapitals im C Walk auf YouTube	173
6.3.1.1 Tänzerische Fähigkeiten	174
6.3.1.2 Jugendkulturelles Wissen und Informiertsein	178
6.3.1.3 Medienproduktive Kompetenz und Bedienkompetenz	181
6.3.1.4 Inkorporierung jugendkulturellen Kapitals	188
6.3.1.5 Notwendigkeit des Darstellens inkorporierten jugendkulturellen Kapitals	191
6.3.1.6 Institutionalisierung jugendkulturellen Kapitals	198
6.3.2 „Connections helfen weiter“ – soziales und virtuelles soziales Kapital	201
6.4 Zugehörigkeit und Vergemeinschaftung	208
6.4.1 Beziehungsarbeit auf YouTube	209
6.4.2 Freundschaften	223
6.4.3 Gruppenzugehörigkeiten	234
6.4.4 Gruppenzugangs- und Gruppengrenzen-Management	236
6.4.5 Interne Struktur von Crews – das Delegationsprinzip	241
EXKURS: Ritualhaftigkeit symbolischer Performanz – Beispiel eines Rituals der Beziehungsarbeit	244
6.5 Identitätsarbeit im C Walk auf YouTube	257
6.5.1 Generierung von Anerkennung	257
6.5.2 Orientierung am Beispiel der Geschlechterrollen	261
6.6 Dynamisierung von Aneignungsprozessen	287
6.6.1 Aneignung über verschiedene Zonen hinweg	291
6.6.2 Zugänglichkeit des Erlebensraumes	299
6.6.3 Aneignung und Kompetenzerwerb	302

7 Zusammenfassung und Fazit – Dynamisierung von Raumerweiterungs-, Aneignungs- und Identitätskonstruktionsprozessen	305
 Glossar	 321
 Literatur- und Quellenverzeichnis	 325
A Literatur sowie publizistische Quellen	325
B Weitere Internetquellen	345