

# Medienmenü

In der Kommunikationswissenschaft verbreitete Bezeichnung der jeweiligen Mischung von Medien (Zeitung, Bücher, Radio, Fernsehen, Computerspiele, Internet etc.), die Nutzer jeweils individuell an den Tagen der Woche zur Unterhaltung, als Informationsmedien etc. nutzen. Die jeweils individuellen Muster der Mediengewohnheiten sind vor allem von der sozialen Position eines Akteurs bestimmt. Medienwissen und damit interagierende Medienmenüs sind in spätkapitalistischen Gesellschaften zu Distinktionsmerkmalen geworden sind und liefern vor allem hinsichtlich des Informationsgewinns kulturelles Kapital, sind dementsprechend eng mit dem sozialen Status des Nutzers verbunden. Großen Einfluss üben zudem die Selbstwahrnehmung der sozialen Position, die Bewertung der Medieninhalte aus; und es zeigt sich, dass auch Geschlecht, Alter, Herkunft und persönliches soziales Umfeld Einfluss auf die Auswahl der genutzten Medien und auf die aufgewendete Zeit der Nutzung ausüben.

Ähnliche soziale und individuelle Differenzierungen weisen auch die Nutzungsmuster von dominant unterhaltungsorientierten Medienangeboten auf. Gerade diese Angebote werden oft als „Multi-Tasking-Rezeptionen“ – also in Verbindung mit anderen Alltagstätigkeiten – genutzt. Persönlichkeitsmerkmale wie Nervosität, Sensibilität und emotionale Labilität sind für die Kontrolle und Planung von Medienzuwendungen von ebenso großer Bedeutung wie die persönliche und gesellschaftliche Normorientierung, die Zugehörigkeit zu sozialen Kommunikationsgemeinschaften und zu jeweils besonderen sozialen Milieus (*lifestyle communities*). (

Literatur: Göttlich, Udo: *Die Kreativität des Handelns in der Medienaneignung. Zur handlungstheoretischen Kritik der Wirkungs- und Rezeptionsforschung*. Konstanz: UVK 2006. - Haas, Alexander: *Medienmenüs. Der Zusammenhang zwischen Mediennutzung, SINUS-Milieus und Soziodemographie*. München: Nomos, Ed. Fischer 2007. - Meyen, Michael: Medienwissen und Medienmenüs als kulturelles Kapital und als Distinktionsmerkmale. Eine Typologie der Mediennutzer in Deutschland. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft* 55,3, 2007, S. S. 333-354. - Schweiger, Wolfgang: Gibt es einen transmedialen Nutzungsstil? Theoretische Überlegungen und empirische Hinweise. In: *Publizistik* 50, 2005, S. 173-200.

## Referenzen

### Medienensemble

From:

<https://filmlexikon.uni-kiel.de/> - **Das Lexikon der Filmbegriffe**

Permanent link:

<https://filmlexikon.uni-kiel.de/doku.php/m:medienmenu-8708>

Last update: **2015/04/20 13:09**

