

► Wirkungen (digitalen) Medienkonsums auf die Einstellungen Jugendlicher

ARD-Forschungsdienst*

Laut der ARD/ZDF-Onlinestudie 2017 (1) nutzen knapp drei Viertel der Deutschen über 14 Jahre täglich das Internet. In der jüngeren Bevölkerungsgruppe (14 bis 29 Jahre) liegt die Nutzungsdauer bei rund viereinhalb Stunden pro Tag. Im Vordergrund stehen dabei die Kommunikation mit anderen, das Suchen im Internet und die Rezeption von Medienangeboten, wie zum Beispiel YouTube oder Video-on-Demand. In Bezug auf die digitale Medienutzung von Kindern und Jugendlichen werden unterschiedliche Fragestellungen untersucht, wie beispielsweise die Risikofaktoren für einen exzessiven oder gar suchthaften Gebrauch. In der Studie von Stavropoulos u.a. (2016) wurden zum einen individuelle, zum anderen soziale Faktoren identifiziert, die auf die Internetnutzung Einfluss haben. Wie sich zeigte, ist Gewissenhaftigkeit als ein stabiles Persönlichkeitsmerkmal eher ein Schutzfaktor, der einer exzessiven bzw. süchtigen Nutzung entgegenwirkt. Ein schlechtes soziales Klima in den Schulklassen der Jugendlichen (z. B. hohe Aggressivität) hat dagegen eher negativen Einfluss und führt dazu, dass das Internet dysfunktional, z. B. als Rückzugsraum, genutzt wird. Die Wirkung des Konsums digitaler Medien muss als Wechselwirkung der Erwartungen und motivationalen Voraussetzungen der Jugendlichen und den spezifischen Informationen, die in Bezug auf unterschiedliche Themen im Netz zu finden sind, gesehen werden. So zeigt die Studie von Elmore, Scull und Kupersmidt (2017), dass die objektiven und subjektiven Normen von Jugendlichen in Bezug auf Alkohol- und Tabakkonsum zwar in erster Linie durch eigene Erfahrungen geprägt sind. Sie werden jedoch durch die Rezeption entsprechender medialer Inhalte verstärkt. Digitale Medien wirken dabei gewissermaßen als „Super-Peers“. Auch Vandenbosch und Eggermont (2016), die den Einfluss sozialer Medien auf die Entwicklung von Selbstbildern untersuchten, stellten selbstverstärkende Prozesse fest. Es zeigte sich, dass weniger die Nutzungshäufigkeit, als vielmehr die Voreinstellungen (z. B. die Fokussierung auf Attraktivitätsmerkmale bei der Bewertung anderer in sozialen Netzwerken) relevant dafür sind, welches Bild Jugendliche von sich selbst entwickeln. Die Bedeu-

tung medienexterner Faktoren, wie zum Beispiel Persönlichkeit oder soziales Umfeld, zeigt sich auch in Bezug auf die Nutzung und Wirkung „klassischer“, zum Beispiel politischer Informationen. Valenzuela, Bachmann und Aguilar (2016) wiesen in ihrer Studie einen starken und nachhaltigen Einfluss des familiären Umfelds nach: Ein offenes und demokratisches Kommunikationsklima in der Familie förderte die Neugier der Jugendlichen und gab Hinweise auf die spätere Informationsnutzung bzw. den Nachrichtenkonsum im Netz. Sind die Sozialisationsbedingungen dagegen eher ungünstig (z. B. geringe Nachrichtennutzung der Eltern, wenig Diskussion über politische Inhalte), erhöht sich die Chance, dass Jugendliche – unabhängig von der medialen Plattform – eher zu Nachrichtenvermeidern werden (siehe die Studie von Shehata, 2016).

Nach einer aktuellen Studie des Branchenverbandes BITKOM sind junge Menschen spätestens ab 10 Jahren (fast) alle online. Dabei kann sich ein exzessiver Umgang mit dem Internet auch zur Sucht entwickeln, die wiederum negative Auswirkungen auf Kinder und Jugendliche hat. In der vorliegenden Studie untersuchten die Autoren spezifische Schutz- bzw. Risikofaktoren, die die Entwicklung einer Internetsucht beeinflussen, nämlich Gewissenhaftigkeit als individueller Faktor auf Seiten der Nutzer und das Klassenklima als Kontext- bzw. sozialer Faktor. Beide Faktoren erwiesen sich bereits als relevant für andere Formen suchthaften Verhaltens (z. B. Alkoholmissbrauch). In einer Längsschnittstudie wurden 648 Schüler und Schülerinnen im Alter zwischen 16 und 18 Jahren aus 34 griechischen Schulklassen innerhalb von zwei Jahren zweimal schriftlich befragt. Das Ausmaß der Internetsucht wurde mit dem Internet-Addiction-Test (z. B. „Wie oft kommt es vor, dass du länger online bist als du es wolltest?“) gemessen. Darüber hinaus wurden Einstellungen zu Gewissenhaftigkeit (z. B. Verantwortung, reduzierte Impulsivität, Einhaltung sozialer Regeln) und Feindseligkeit (z. B. „Es kommt vor, dass ich unkontrollierte Wutausbrüche habe“) erfragt. Aus dem letztgenannten Index wurde ein aggregierter Wert errechnet, um das Klassenklima zu beschreiben. Wie sich zeigte, hatten Jugendliche mit geringerer Gewissenhaftigkeit ein höheres Risiko, internetsüchtig zu sein. Dieser Zusammenhang änderte sich über den Zeitraum von zwei Jahren nicht. Ein aggressiveres und feindseliges Klassenklima ging ebenfalls mit einem höheren Internetsuchtrisiko einher. Dieser Zusammenhang verstärkte sich mit der Zeit.

Um in Bezug auf Internetsucht präventiv handeln zu können, ist es notwendig, die Schutz- und Risikofaktoren zu kennen. Wie die Studie zeigt, kann Gewissenhaftigkeit als Schutzfaktor gegen exzessiven Internetgebrauch angesehen werden, da dieses eher stabile Persönlichkeitsmerkmal unter anderem die Impulskontrolle unterstützt. Beim zweiten wichtigen Faktor, dem sozialen Klima im Klassenverband, können vor allem feindselige

Stavropoulos, Vasilis/
Daria Kuss/
Mark Griffiths/Frosso
Motti-Stefanidi:

A longitudinal study of adolescent internet addiction

In: Journal of Adolescent Research
31, 4/2016,
S. 442-473.

DOI: 10.1177/
0743558415580163

* Uli Gleich, Institut für Kommunikationspsychologie und Medienpädagogik (IKM) der Universität Koblenz-Landau.
Fax: 06341/28036712; E-Mail: gleich@uni-landau.de.

Tendenzen eine negative Spirale aus sozialem Rückzug und „Flucht“ ins Internet fördern. Wie die Studie weiterhin zeigte, war dieses Risiko für Mädchen signifikant höher ausgeprägt als für Jungen.

*Elmore, Kristen C./
Tracy M. Scull/
Janis B. Kupersmidt:*

**Media as a
“super peer”.
How adolescents
interpret media
messages predicts
their perception
of alcohol and
tobacco use norms**

In: *Journal of Youth
and Adolescence* 46,
2/2017, S. 376-387.

DOI: 10.1007/
s10964-016-0609-9

Die Medien sind Informationsquelle für viele Lebensbereiche. In der vorliegenden Studie ging es um die Frage, wie sich mediale Botschaften darauf auswirken, was Jugendliche über den Konsum von Alkohol und Tabak denken. Es wurde untersucht, ob und wenn ja, wie die wahrgenommene Realität und das Identifikationspotenzial von entsprechenden Medienangeboten sowie die Einschätzung der Ähnlichkeit mit den Protagonisten und die Bewertung der rezipierten Informationen objektive und subjektive Normen beeinflussen. Dazu wurden insgesamt 817 Jugendliche im Alter zwischen 12 und 19 Jahren (Durchschnitt: 14,8 Jahre) online befragt. Neben eigenen Erfahrungen mit Alkohol und Tabak wurden Einschätzungen zur Verbreitung (objektive Norm; z. B. „Wie viele Jugendlichen konsumieren Alkohol bzw. Tabak“) und zur Bewertung (subjektive Norm; z. B. „Jugendliche, die Alkohol bzw. Tabak konsumieren sind cool“) entsprechenden Verhaltens erhoben. Wie sich zeigte, beeinflussten die Wahrnehmung und Bewertung der medialen Darstellungen sowohl die objektiven als auch die subjektiven Normen in Bezug auf Alkohol- bzw. Tabakkonsum. Je höher der Realitätsgrad der Darstellungen eingeschätzt wurde, desto größer wurde die Anzahl von Jugendlichen, die die Verbreitung von Alkohol trinken und/oder Tabak konsumieren, überschätzte. Die subjektive Norm in Bezug auf Alkohol wurde verstärkt, wenn die Jugendlichen größere Ähnlichkeiten zwischen sich und den Protagonisten wahrnahmen. In Bezug auf das Rauchen wurde die subjektive Norm (z. B. „Jugendliche, die rauchen, sind cool“) auch durch den Realitätsgrad und eine positive subjektive Bewertung der Darstellung verstärkt.

Insgesamt werden die Normen der Jugendlichen in Bezug auf Alkohol- und Tabakkonsum zwar in erster Linie durch eigene Erfahrungen geprägt. Dennoch lässt sich auch ein Einfluss der Rezeption medialer Darstellungen zeigen. Nach Ansicht der Autoren fungieren die Medien in diesem Zusammenhang als „Super-Peers“, an denen sich die Jugendlichen unter anderem orientieren. Dabei ist vor allem die subjektive, weniger die objektive Ebene betroffen. Weitere Studien zeigen, dass diese Normen den tatsächlichen Konsum zum Teil vorausagen.

Welchen Einfluss hat die Nutzung von Massenmedien sowie sozialen Netzwerken auf das körperliche Selbstbild von Jugendlichen? Die Autoren gehen davon aus, dass es aufgrund der häufig körperbetonten und sexualisierten Darstellung von jungen Menschen (z. B. in Musiksendungen, Serien) zu einer sogenannten Objektivierung des Selbstbildes kommt, das heißt, es werden mediale Standards übernommen, an denen das eigene Erscheinungsbild gemessen, ausgerichtet und optimiert wird. Diese Annahmen sollten im Rahmen einer Befragung von 1 041 Jugendlichen in Belgien (Durchschnittsalter: 15 Jahre) überprüft werden. Zu drei Zeitpunkten im Abstand von jeweils einem halben Jahr gaben die Befragten an, wie häufig sie Musikfernsehen (z. B. MTV) sahen und Mode- bzw. Freizeit-Magazine (z. B. Elle, Maxim) lasen, wie häufig sie soziale Netzwerke nutzten und welche Rolle für sie dabei die Attraktivität anderer Personen spielte. Zudem wurde danach gefragt, wie wichtig Attraktivität für sie selbst ist (z. B. „Ich wünschte, ich sähe so aus wie die Models in den Videos“) und in welchem Ausmaß das Selbstbild nach diesen attraktivitätsbezogenen Kriterien beurteilt wird. Je häufiger die Jugendlichen sexualisierte Inhalte in den Massenmedien (hier TV und Print) nutzten, desto eher entwickelten sie für sich selbst entsprechende (Attraktivitäts-) Standards. Dies wiederum führte dazu, dass die Nutzung sozialer Medien eher unter dem Attraktivitäts-Gesichtspunkt erfolgte, das heißt, Jugendliche achteten besonders auf Aussehen und Attraktivität anderer, wenn sie in sozialen Netzwerken unterwegs waren. In der Folge erhöhte sich die Bedeutung des Aussehens für das Selbstbild und die Tendenz, stärker auf den eigenen Körper zu achten.

Der Treiber für die Entwicklung zu einem objektivierte Selbstbild war zunächst nicht die Häufigkeit der Nutzung sozialer Medien, sondern die spezifische Art der Nutzung. Die Autoren gehen davon aus, dass die mediale Information über Körperbilder und die daraus resultierenden Nutzungsmotive zu selbstverstärkenden Nutzungsmustern führen, die sich auf unterschiedlichen medialen Plattformen zeigen. Interessant ist, dass keine Geschlechtsunterschiede gefunden wurden, das heißt sowohl junge Frauen als auch junge Männer orientieren sich an medienvermittelten Körperbildern und suchen nach entsprechenden Informationen in digitalen Medien.

*Vandenbosch, Laura/
Steven Eggermont:*

**The interrelated
roles of mass media
and social media
in adolescents
development of
an objectified
self-concept.
A longitudinal
study**

In: *Communication
Research* 43, 8/2016,
S. 1116-1140.

DOI: 10.1177/
0093650215600488

Valenzuela,
Sebastian/
Ingrid Bachmann/
Marcela Aguilar:

**Socialized for
news media use.
How family
communication,
information-
processing needs,
and gratifications
determine
adolescents
exposure to news**

In: Communication
Research. First
published online,
January 19, 2016.
DOI: 10.1177/
0093650215623833

Wie entwickeln Jugendliche ihr Informationsverhalten? Welche Sozialisationsfaktoren beeinflussen die Art und Weise, wie Jugendliche Nachrichten und andere Informationen nutzen und sich zu informierten Bürgern entwickeln? Die Autoren gehen davon aus, dass die Familie dabei eine wichtige Rolle spielt. Sie untersuchten daher in der vorliegenden Studie innerfamiliäre Kommunikationsmuster und deren Einfluss auf die Informationsmotivation sowie die tatsächliche Nachrichtennutzung. Eine Umfrage unter 2273 chilenischen Schülern im Alter zwischen 13 und 17 Jahren erfasste unter anderem den Kommunikationsstil (demokratisch vs. autoritär) in den Familien, die Motive der Jugendlichen, sich zu informieren (z. B. „... um auf dem Laufenden zu bleiben“) sowie die Häufigkeit der Nachrichtennutzung in unterschiedlichen Medien (z. B. TV, Radio, Zeitung, Facebook, Twitter). Zudem wurden das individuelle Bedürfnis nach Bewertung sowie der Wunsch, sich mit den Dingen kognitiv auseinanderzusetzen, erhoben. Wie sich zeigte, war ein demokratisch orientierter, offener und konstruktiver Kommunikationsstil in der Familie mittelbar ausschlaggebend für eine stärker ausgeprägte Nachrichtennutzung. Jugendliche, die in solchen Familien aufwuchsen, hatten ein größeres Bedürfnis, den Dingen auf den Grund zu gehen und sich eine eigene Meinung zu bilden. Dies wiederum förderte die Nachrichtennutzung in allen Medien mit dem Ziel, sich in einer komplexen Umwelt besser orientieren und zurechtfinden zu können.

Interessant ist die Tatsache, dass der Einfluss des Kommunikationsklimas in der Familie auf die informationsorientierte Mediennutzung der Jugendlichen durch die Motive Bewertung und Informationsvertiefung vermittelt wird. Die Autoren gehen davon aus, dass ein offener und demokratischer Kommunikations- und Erziehungsstil die Grundlage dafür ist, dass Kinder und Jugendliche neugierig auf die Welt werden, anfangen, sich mit Themen auseinanderzusetzen und sich eine Meinung zu bilden. Zu ähnlichen Ergebnissen kamen Šerek und Umemura (2015; siehe Literaturliste) in einer Befragung von Erstwählern in Tschechien (n=223). Auch hier war die Beschäftigung mit politischen Informationen im sozialen Kontext (Eltern, Peers) ein zentraler Faktor für höheres Interesse und stärkere Beteiligung am politischen Geschehen. Um diesen Prozess weiter zu fördern, sollte einerseits die Medienkompetenz von Kindern und Jugendlichen unterstützt und andererseits die Nutzung und das Verständnis von Informationen bzw. Nachrichten durch zielgruppenspezifische Angebote erleichtert werden.

Welche Faktoren begünstigen die Nachrichtennutzung von Jugendlichen und was hält sie eher davon ab, sich zu informieren? In der vorliegenden Studie untersuchte der Autor insbesondere, welche Rolle die Kommunikation innerhalb der Familie für die Suche bzw. Vermeidung von Nachrichten spielt. In einer Mehrzeitpunktbefragung in Schweden wurden insgesamt etwa 2000 Jugendliche im Alter zwischen 13 und 17 Jahren dreimal innerhalb von 3 Jahren befragt (vgl. auch die Studie von Shehata, Ekström und Olsson, 2016, siehe Literaturliste). Zusätzlich wurden zum ersten Zeitpunkt auch die Eltern der Jugendlichen interviewt. Erhoben wurden unter anderem die Nutzung von Nachrichten in traditionellen Medien (TV, Radio, Print) und Online, die Nachrichtennutzung der Eltern, das politische Interesse beider Gruppen, das Ausmaß, in dem innerhalb der Familie über politische Themen diskutiert wurde, sowie der jeweils vorherrschende Erziehungsstil. Zu Beginn der Studie (Messzeitpunkt 1) wurde circa die Hälfte (52%) der Jugendlichen als Nachrichtenvermeider identifiziert. Davon nutzten auch ein Jahr später (Messzeitpunkt 2) 73 Prozent kaum oder keine Nachrichten. Beim dritten Messzeitpunkt waren es wiederum 74 Prozent, die Nachrichten eher vermieden. Häufigere Nachrichtennutzung, die sich auch über die Zeit steigerte, stellte man bei Jugendlichen fest, die politisch interessiert waren, politische Diskussionen im Freundeskreis und/oder mit den Eltern führten und insbesondere, wenn der Nachrichtenkonsum der Eltern höher ausgeprägt war. Der soziale Status sowie der Erziehungsstil in der Familie spielten nur eine untergeordnete Rolle.

Die Vermeidung von Nachrichten bei Jugendlichen ist nach Ansicht des Autors ein eher stabiles Verhaltensmuster, das – so zeigen weitere Ergebnisse der Studie – weitgehend unabhängig von der medialen Plattform ist. Relevant sind dagegen Sozialisationsbedingungen innerhalb der Familie bezüglich der Nachrichtennutzung sowie das Ausmaß, in dem politische Inhalte diskutiert werden. Dadurch entsteht offensichtlich ein Klima, in dem die Motivation von Jugendlichen, sich zu informieren und auf dem Laufenden zu sein, gefördert wird. Da dieser Prozess nur in geringem Ausmaß durch den Umfang des anfangs vorhandenen politischen Interesses der Jugendlichen initiiert wird, können zielgruppenspezifische Medienangebote eine gute Möglichkeit sein, dieses Interesse zu wecken und zu stärken (vgl. auch die Studie von Moeller und de Vreese, 2015, siehe Literaturliste).

Weitere Literatur

Frison, Eline/Steven Eggermont: Toward an integrated and differential approach to the relationships between loneliness, different types of facebook use, and adolescents depressed mood. In: Communication Research. First published online, December 3, 2015. DOI: 10.1177/0093650215617506

Shehata, Adam:
**News habits among
adolescents. The
influence of family
communication on
adolescents' news
media use –
evidence from a
three-wave panel
study**

In: Mass
Communication &
Society 19, 6/2016,
S. 758-781.
DOI: 10.1080/
15205436.2016.
1199705

Hausmann, Jonathan S./Currie Touloumtzis/Matthew T. White/James A. Colbert/Holly C. Gooding: Adolescent and young adult use of social media for health and its implications. In: *The Journal of Adolescent Health*. First published online, March 1, 2017. DOI: 10.1016/j.jadohealth.2016.12.025

Krcmar, Marina/Drew P. Cingel: Examining two theoretical models predicting American and Dutch parents' mediation of adolescent social media use. In: *Journal of Family Communication* 16, 3/2016, S. 247-262. DOI: 10.1080/15267431.2016.1181632

Liang, Hai/King-Wa Fu: Information overload, similarity, and redundancy. Unsubscribing information sources on Twitter. In: *Journal of Computer-Mediated Communication* 22, 1/2017, S. 1-17. DOI: 10.1111/jcc4.12178

Moeller, Judith/Claes de Vreese: Spiral of political learning. The reciprocal relationship of news media use and political knowledge among adolescents. In: *Communication Research*. First published online, September 28, 2015. DOI: 10.1177/0093650215605148

Nguyen, Minh Hao/Julia C. M. van Weert/Nadine Bol/Eugène F. Loos/Kristien M. A. J. Tytgat/Anthony W. H. van de Ven/Ellen M. A. Smets: Tailoring the mode of information presentation. Effects on younger and older adults' attention and recall of online information. In: *Human Communication Research* 43, 1/2017, S. 102-126. DOI: 10.1111/hcre.12097

Radovic, Ana/Theresa Gmelin/Bradley D. Stein/Elizabeth Miller: Depressed adolescents' positive and negative use of social media. In: *Journal of Adolescence* 55, 2/2017, S. 5-15. DOI: 10.1016/j.adolescence.2016.12.002

Romo, Laura F./Rebeca Mireles-Rios/Aida Hurtado: Cultural, media, and peer influences on body beauty perceptions of Mexican American adolescent girls. In: *Journal of Adolescent Research* 31, 4/2016, S. 474-501. DOI: 10.1177/0743558415594424

Šerek, Jan/Tomo Umemura: Changes in late adolescents' voting intentions during the election campaign. Disentangling the effects of political communication with parents, peers and media. In: *European Journal of Communication* 30, 3/2015, S. 285-300. DOI: 10.1177/0267323115577306

Shehata, Adam/Mats Ekström/Tobias Olsson: Developing self-actualizing and dutiful citizens. Testing the AC-DC model using panel data among adolescents. In: *Communication Research* 43, 8/2016, S. 1141-1169. DOI: 10.1177/0093650215619988

Walrave, Michel/Koen Ponnet/Ellen Vanderhoven/Jacques Haers/Barbara Segaert (Hrsg.): *Youth 2.0: Social media and adolescence. Connecting, sharing and empowering*. Cham, s.l.: Springer International Publishing 2016. Online verfügbar unter <http://dx.doi.org/10.1007/978-3-319-27893-3>

Wartberg, Lutz/Rudolf Kammerl/Sonja Bröning/Michaela Hauenschild/Kay-Uwe Petersen/Rainer Thomasius: Gender-related consequences of Internet use perceived by parents in a representative quota sample of adolescents. In: *Behaviour & Information Technology* 34, 4/2015, S. 341-348. DOI: 10.1080/0144929X.2014.928746

Weinstein, Emily C./Robert L. Selman/Sara Thomas/Jung-Eun Kim/Allison E. White/Karthik Dinakar: How to cope with digital stress. In: *Journal of Adolescent Research* 31, 4/2016, S. 415-441. DOI: 10.1177/0743558415587326

Anmerkungen:

- 1) Vgl. den Beitrag Koch/Frees in diesem Heft.

