

# Sich selber suchen – Jugendliche Entwicklung in neuen Medienwelten

**Prof. Dr. Daniel Süss**

Referat vom 28. Oktober 2010 am Forum für Suchtfragen in Basel

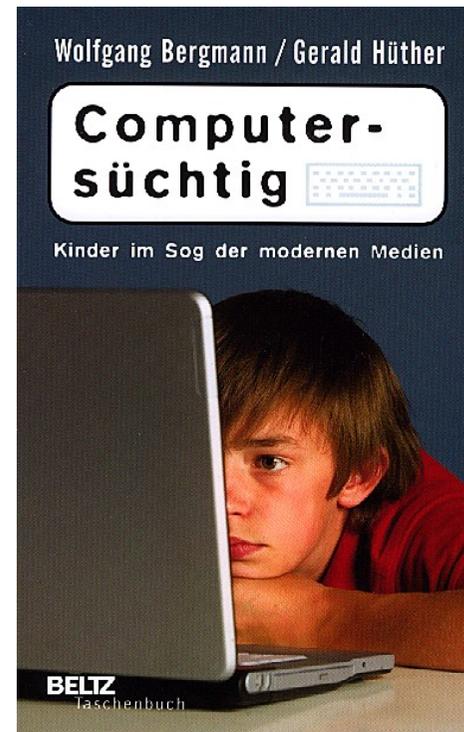
## Gliederung

1. Kernfragen der Jugendmedienforschung
2. Öffentliche Debatten versus Perspektive der Jugendlichen
3. Entwicklungsaufgaben und Mediennutzungsmotive
4. Funktionen des Handys
5. Die Gamer Generation
6. Erfahrungen auf digitalen Social Networks
7. Reflexion des Medienalltags

## Kernfragen

- Welchen Zugang haben Jungen und Mädchen zu digitalen Medien?
- Welche Medienpräferenzen sind festzustellen?
- Welche Erfahrungen machen die Jugendlichen?
- Welche Wirkungen werden befürchtet und welche erhärten sich?
- Welchen Einfluss haben die Medien auf das soziale Verhalten der Jugendlichen?

## Fokus der Aufmerksamkeit: Gewalt- und Suchtrisiken!



## Perspektive der Jugendlichen: Die digitalen Medien als Spielwiese und Probestühne



Unterhaltung - Spielen  
Information – Bildung, Lernen  
Kommunikation – soziale Vernetzung  
Identitätsentwicklung



## Klassische Entwicklungsaufgaben: 12-18 Jahre (Havighurst 1952)

- Reifere Beziehungen zu den Gleichaltrigen aufbauen
- Erwerb einer sozialen Geschlechterrolle
- Seinen eigenen Körper akzeptieren
- Erreichen emotionaler Unabhängigkeit von den Eltern
- Erwerb ökonomischer Unabhängigkeit
- Ausbildung und Berufswahl
- Entfaltung sozialverantwortlichen Verhaltens
- Erwerb von Begriffen zur Ausübung der bürgerlichen Rechte und Pflichten
- Aneignung von Werten und eines ethischen Systems

## Moderne Entwicklungsaufgaben im Jugendalter (Flammer & Alsaker 2002)

- Entwicklung der eigenen Persönlichkeit, Selbständigkeit und Selbstkontrolle
- Aufnahme und Aufbau intimer Beziehungen
- Aufbau einer Zukunftsperspektive
- Aufbau sozialer Kompetenzen
- Kritische Haltung gegenüber der Gesellschaft
- Verständnis für komplexe Zusammenhänge in Politik und Wirtschaft
- Erwerb von Medienkompetenz

## Nutzungsmotiv Identitätskonstruktion (vgl. Döring 2003; Mikos et al. 2007)

### Fragen

- Wer bin ich?
- Zu wem gehöre ich?
- Woher komme ich?
- Wohin will ich?
- Welche Rollen nehme ich ein?
- Wie gestalte ich diese Rollen?

### Indikatoren

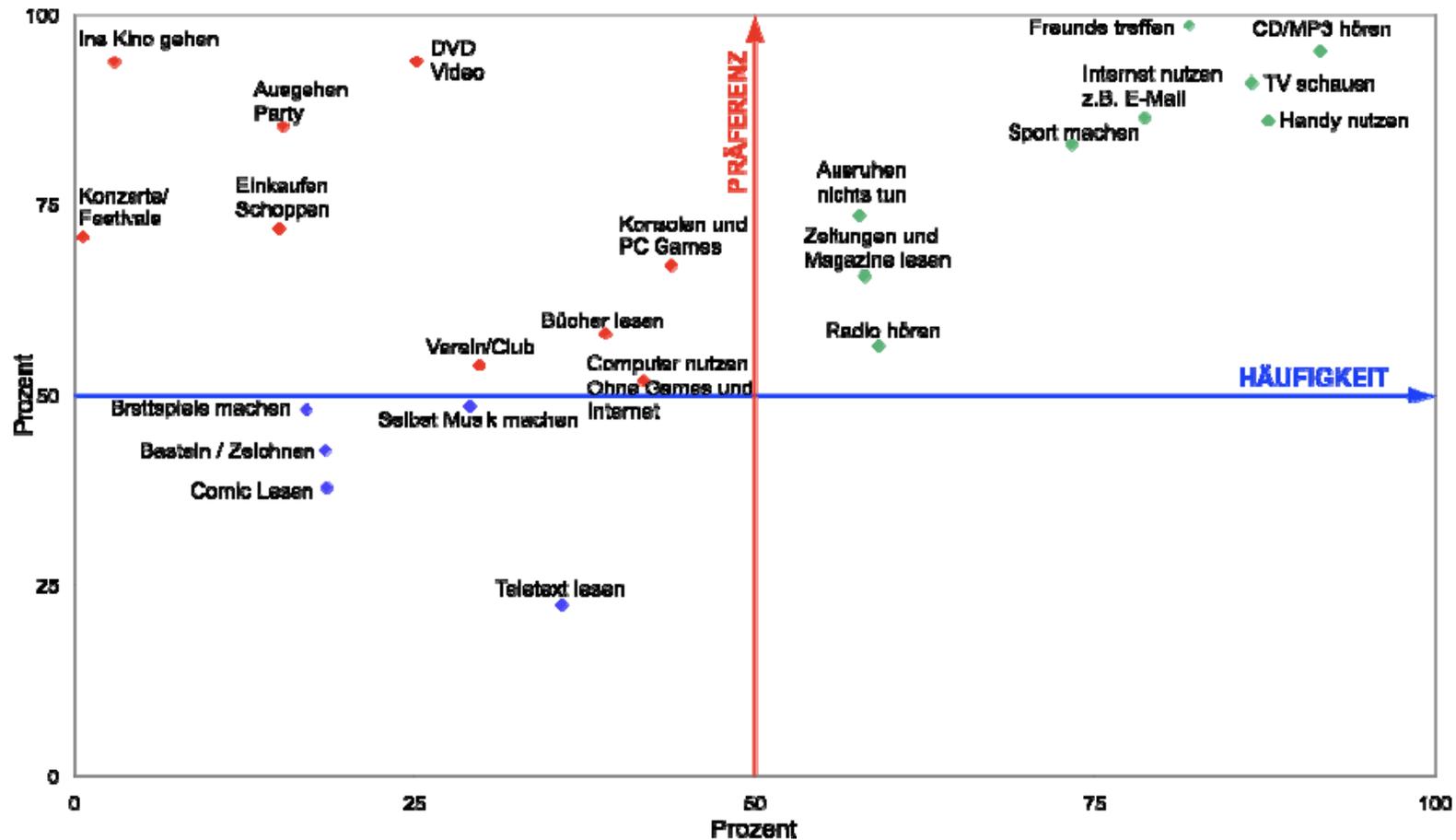
- Medienpräferenzen
- Mediennutzungsstile
- Medien-Community
- Medien als  
Lebensstilelemente
- Medienfiguren als Leitbilder

## Funktionen des Handys

- Gegenseitige Rückversicherung
- Allgemeine Kontaktpflege
- Ständige Erreichbarkeit bei hoher Mobilität
- „Hotline“ und Medium der Halbfreiheit
- Medium des Flirts und Probehandelns
- Medium des Imponierens und Waffe
- Accessoire zur subkulturellen Positionierung



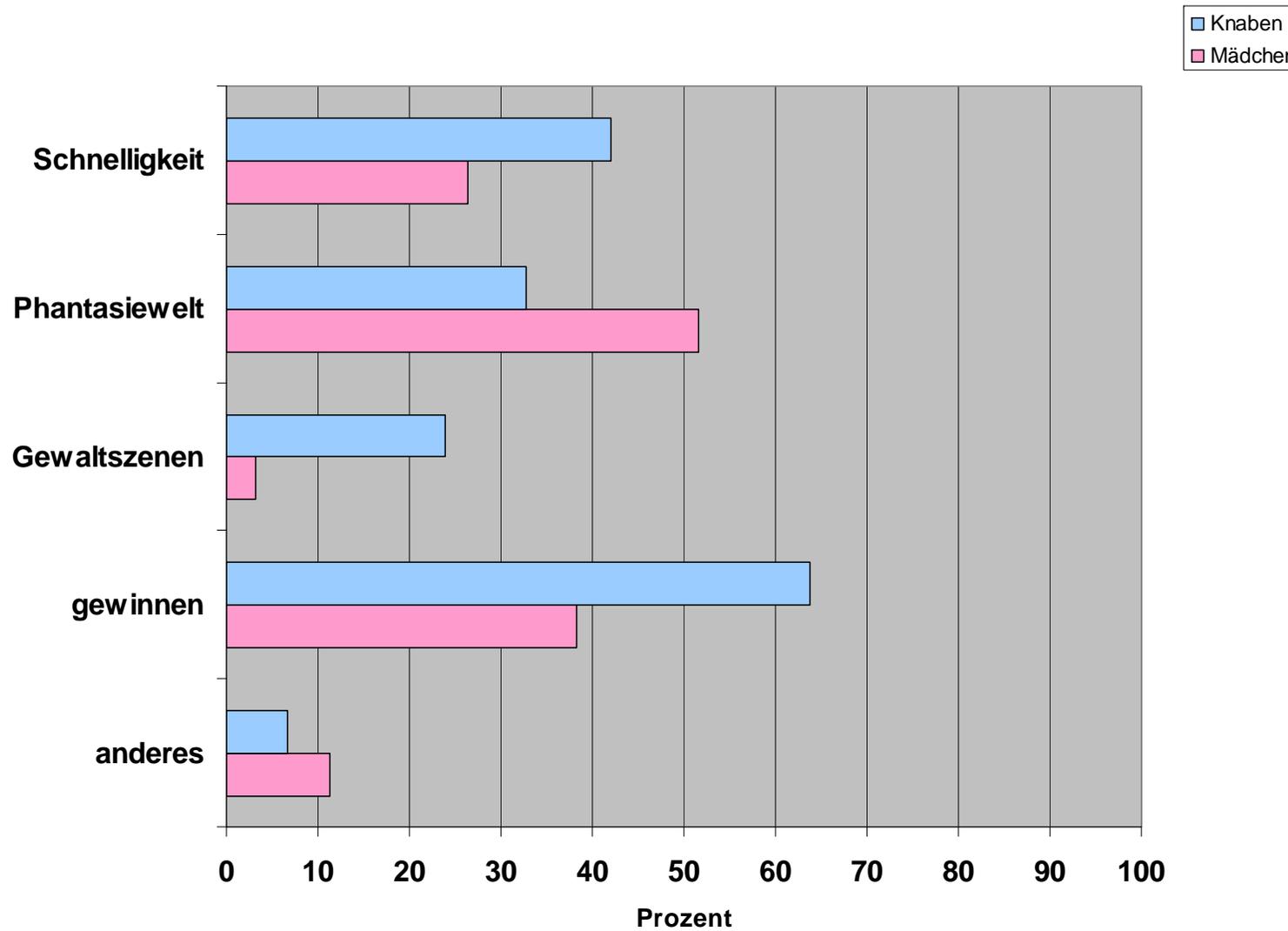
## Freizeit und Medien: 12- bis 19-jährige in der Schweiz (Süss et al. 2008)



Prozent der Jugendlichen, die Tätigkeiten *gerne* oder *sehr gerne* ausüben, resp. *mehrmals pro Woche* oder *jeden Tag* (N = 1010)

# Pro Juventute / ZHAW 2008: 11-14 Jahre, N = 708

## «Was macht dir am meisten Spass beim Gamen?»



## Nutzungsmotive bei Online-Spielen

Studie mit 1366 Online-Spielern zwischen 14-28 Jahren in der Schweiz  
(Husar, 2005)

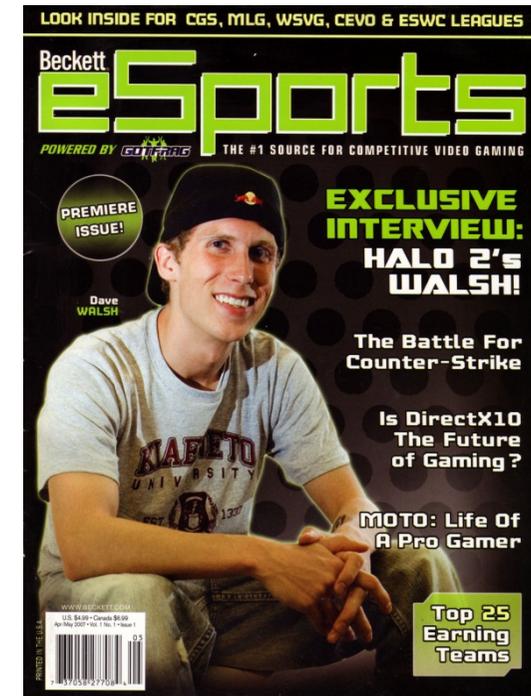
Spieletypen: Rollenspiele, Strategiespiele, Egoshooter

1. Machtmotiv (Kompetenz, Beherrschung)
2. Leistungsmotiv (Wettbewerb, E-Sport)
3. Anschlussmotiv (Gilden, Clans, virtuelle Gemeinschaft)

Vergleich mit Jantz & Martens (2005: 337f): 6 Motive bei jüngeren Jugendlichen:  
Wettbewerb, Kontrolle, Unterhaltung, Eskapismus, Zeitvertreib, Geselligkeit.

## Stärken der Gamer Generation? (Beck / Wade 2004)

- Hohe Risikobereitschaft
- Versuch-und-Irrtum-Strategie als nahe-  
liegender Weg
- Durch Misserfolge nicht leicht zu entmutigen
- Starke soziale Orientierung:  
vom Expertenwissen anderer profitieren
- Globale Orientierung
- Hohe Flexibilität
- Starker Teamgeist



## Recherchen von Studierenden zu Social Networking-Websites

- Spiel mit Idealbildern, Spass versus Ernsthaftigkeit?
- Selbstdarstellungsmuster: „Alle sind super speziell“ versus „Langweilig: immer dasselbe“
- Hohe Kreativität im Bildbereich
- Dürftige Texte, Sprachlosigkeit, Mundart-Texte
- Radikale Ingroup- und Outgroup-Effekte
- Überraschung: Alte Bekannte wieder gefunden
- Nützliche Suchfunktionen
- Kontaktsuche mit wenig Streuverlust
- Welche Erwartungen bestehen? Was erfüllt sich?  
Wie geht man mit Enttäuschungen um?



13, Thun

[www.meinbild.ch](http://www.meinbild.ch)

## Was geben Jugendliche in Online-Profilen preis? (Lenhart / Madden 2007, zit. nach Reinecke 2009) 935 Jugendliche)

- 82% geben ihren Vornamen an.
- 79% stellen ein Foto von sich ein.
- 66% stellen Fotos von Freunden ein.
- 61% geben den Namen ihres Wohnortes an.
- 49% geben den Namen ihrer Schule an.
- 29% geben ihren Nachnamen an.
- 29% geben ihre E-Mail-Adresse an.
- 2% geben ihre Handy-Nummer an.



[www.meinbild.ch](http://www.meinbild.ch)

## Jugendliche MySpace-Nutzer (Reinecke 2009)

18,1% der Profile enthalten Hinweise auf Alkoholkonsum (Text oder Bild).

Fotos in leichter Bekleidung (Bade- oder Unterwäsche): 5,4% der Fotos der Profilinehaber und 15,5% Fotos von Freunden.

75,6% geben ihren Beziehungsstatus preis.

72% geben ihre sexuelle Orientierung bekannt.

46,3% nennen ihre politische Einstellung.

## Reflexion des Medienalltags

- Welche Inhalte werden gewählt?
- Aus welchen Motiven werden Inhalte gewählt?
- Mit wem werden welche (Medien-)Erlebnisse geteilt?
- Wie werden Medienerlebnisse verarbeitet?
- Welche Anteile von Medienkompetenz sind verfügbar?
- Welche Optionen (funktionale Alternativen) sind im Blick?
- Weshalb werden Medienaktivitäten anderen Aktivitäten vorgezogen?

→ **Methoden: Medientagebuch; Selbstversuche mit Medienverzicht (Facebookless, Ohne Netz)**

(vgl. Süß / Lampert / Wijnen 2010)

## Dimensionen des Medienumgangs (vgl. Treumann et al. 2007)

sozial eingebettet – sozial isoliert

involviert – distanziert

naiv – reflektierend

kreativ – konsumierend

inhaltlich vielfältig – einseitig

dem Entwicklungsstand gerecht – nicht gerecht

engagierte Nutzung – Verhaltenssucht

in zeitlicher Balance zwischen verschiedenen Anforderungen und  
Interessen – nicht balanciert



→ **Life Balance in der Mediengesellschaft**

**Danke für Ihre Aufmerksamkeit.**

Prof. Dr. Daniel Süss

ZHAW – Departement Angewandte Psychologie

Forschungsschwerpunkt Psychosoziale Entwicklung und Medien

[www.psychologie.zhaw.ch](http://www.psychologie.zhaw.ch)

IPMZ – Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung

der Universität Zürich

[www.ipmz.uzh.ch](http://www.ipmz.uzh.ch)