



universität
wien

MAGISTERARBEIT / MASTER'S THESIS

Titel der Magisterarbeit / Title of the Master's Thesis

„Die Mediennutzung Jugendlicher
und deren Eltern“

verfasst von / submitted by

Daniela Purer, Bakk.phil.

angestrebter akademischer Grad / in partial fulfilment of the requirements for the degree of

Magistra (Mag.phil.)

Wien, 2016 / Vienna 2016

Studienkennzahl lt. Studienblatt /
degree programme code as it appears on
the student record sheet:

A 066 841

Studienrichtung lt. Studienblatt /
degree programme as it appears on
the student record sheet:

Magisterstudium Publizistik- u. Kommunikationswissenschaft

Betreut von / Supervisor:

Univ.-Prof. Dr. Jörg Matthes

Inhaltsverzeichnis

A. Theoretischer Teil

1. Einleitung	Seite 1
2. Theoretischer Rahmen	Seite 3
2.1. Theorien aus der Mediensozialisationsforschung	Seite 3
2.2. Das Modell der strukturanalytischen Rezeptionsforschung	Seite 7
2.3. Das Bielefelder Medienkompetenzmodell.....	Seite 9
2.4. Die Wissensklufthypothese.....	Seite 12
3. Stand der Forschung	Seite 16
3.1. Die Mediennutzung Jugendlicher.....	Seite 16
3.2. Elterliche Beeinflussung des Mediennutzungsverhaltens	Seite 21
4. Forschungsfragen und Hypothesen.....	Seite 27

B. Methodischer Teil

1. Wahl des Methodendesigns	Seite 30
1.1. Grundgesamtheit und Stichprobe	Seite 31
1.2. Quantitativer Fragebogen	Seite 32
2. Durchführung	Seite 38
3. Messinstrument	Seite 42
3.1. Medienrepertoire.....	Seite 42
3.2. Regressionsanalyse	Seite 43

C. Ergebnis Teil

1. Auswertung.....	Seite 46
1.1. Demographische Daten	Seite 46
1.2. Medienrepertoire Jugendlicher	Seite 47
1.2. Medienrepertoire der Mutter	Seite 49
1.3. Medienrepertoire des Vaters.....	Seite 50
2. Analyse	Seite 52
2.1. Alter und Mediennutzung	Seite 52
2.2. Ko-Kommunikation und Mediennutzung	Seite 53
2.3. Medienkompetenz und Mediennutzung	Seite 55
3. Ergebnisse	Seite 57
3.1. Medienrepertoire Gemeinsamkeiten und Unterschiede	Seite 57
3.2. Beantwortung der Forschungsfragen.....	Seite 60
4. Resümee	Seite 63
5. Literaturverzeichnis.....	Seite 68
6. Anhang	Seite 71
6.1. Zusammenfassung	Seite 71
6.2. Abstract.....	Seite 72
6.3. Fragebogen	Seite 73
6.4. Ansuchen an den Stadtschulrat.....	Seite 75

A. Theoretischer Teil

1. Einleitung

In der modernen, vernetzten Welt haben Jugendliche scheinbar endlose Möglichkeiten an Medieninformation zu gelangen. Die Wahl der Medien und ihrer Nutzung hängt dabei, neben zahlreichen anderen Faktoren, wesentlich vom familiären Kontext ab in den ein Jugendlicher hineinwächst. Die vorliegende Magisterarbeit beschäftigt sich daher mit dem Mediennutzungsverhalten Jugendlicher, sowie dem Grad des Einflusses, den ihre Eltern auf dieses haben.

In einem ersten Schritt soll aufgrund von Aussagen Jugendlicher zwischen 14 und 20 Jahren ein möglichst umfassendes Bild ausgewählter Medien und der Häufigkeit der Nutzung in der Familie gezeichnet werden.

Das so gesammelte Medienrepertoire Heranwachsender wird in einem weiteren Schritt mit jenem der Mutter und des Vaters verglichen, um mögliche Gemeinsamkeiten, Unterschiede, sowie deren Ursachen herauszufiltern.

In der Arbeit wird besonderer Wert auf die Variablen „Alter der Jugendlichen“, „Bildungsgrad der Eltern“ und „Medienkompetenz der Eltern“ gelegt. Steigt der Einfluss der Eltern mit dem Alter des Kindes an, ebbt dieser ab oder spielt das Alter in diesem Zusammenhang überhaupt keine Rolle? Beeinflussen die Jugendlichen das Nutzungsverhalten der Eltern vielleicht sogar ihrerseits?

Ein weiterer wichtiger Begriff in dieser Arbeit ist die „Ko-Kommunikation“. Hierbei handelt es sich um die Häufigkeit des verbalen Austausches über das Medienerlebnis zwischen Eltern und Jugendlichen. Steigt die „Ko-Kommunikation“ innerhalb der Familie mit der Höhe des Bildungsgrades von Vater und Mutter an oder hat dieser keinen Einfluss? Wie verhält es sich mit der jeweiligen Medienkompetenz der Eltern? Hat diese Einfluss auf das Nutzungsverhalten Jugendlicher?

Die für die Beantwortung der Forschungsfragen relevanten Aussagen der jungen Erwachsenen sollen mit Hilfe eines quantitativen Fragebogens erfasst und in ein Medienrepertoire übersetzt werden.

Die so gewonnenen Daten sollen mittels mehreren multiplen Regressionsanalysen ausgewertet werden. Am Ende der Studie stehen Erkenntnisse über das Verhältnis der Mediennutzung der Eltern und deren Kinder. Diese sollen eine Hilfestellung für weitere Forschungen in diesem Gebiet darstellen und einen Anknüpfungspunkt für weitere Arbeiten bieten.

2. Theoretischer Rahmen

Die vorliegende Arbeit ist grundsätzlich in das Feld der Mediennutzungsforschung einzuordnen, da sie die Erforschung des Medienrepertoires Jugendlicher zum Ziel hat.

In diesem Kapitel lassen sich weiters Theorien aus der Sozialisationsforschung und der Rezeptionsforschung finden. Zusätzlich wird ein Modell vorgestellt, welches sich mit vier Unterdimensionen der Medienkompetenz auseinandersetzt.

Den Zusammenhang der Faktoren Bildungsgrad und Nutzung neuer Medien behandeln die Erkenntnisse der Wissenskluthypothese, auf welche die wesentlich jüngeren Untersuchungen der digitalen Bildungskluft aufbauen. Auch diese Theorien werden im Folgenden betrachtet.

2.1. Theorien aus der Mediensozialisationsforschung

Medien spielen eine wichtige Rolle für die Identitätsbildung und Sozialisation von Jugendlichen. Sie konstituieren deren Wirklichkeit mit und nehmen Einfluss auf ihr Weltbild. Die Mediensozialisationsforschung ist daher ein Feld, welches nicht außer Acht gelassen werden darf, wenn es um das Mediennutzungsverhalten von Heranwachsenden geht.

(Paus-Hasebrink & Kulterer, 2014, S. 27)

Die Autoren kritisieren jedoch, dass Medien und der Umgang der Jugendlichen mit ihnen in den allgemeinen Sozialisationstheorien immer noch keine adäquate Rolle spielen, obwohl sich junge Menschen jeweils

unterschiedlicher Medien und -angebote bedienen, um dominante Entwicklungsaufgaben zu lösen. Die Beschäftigung mit Medien verkommt so zu einem Randphänomen der Sozialisationsforschung, welche meist aus der Perspektive von nur einer wissenschaftlichen Disziplin gesehen wird. (Paus-Hasebrink & Kulterer, 2014, S. 27)

Paus-Hasebrink und Kulterer (2014, S. 29) fordern daher in ihrem Werk, die Rolle von Medien im Gesamtkontext von Sozialisationsprozessen zu sehen, damit sie in ihrer Komplexität und Vielfalt erfasst werden können.

In dem Zusammenhang wird die Familie und das Klima, welches innerhalb der Familie herrscht, als „Schlüsselfunktion“ für das Aufwachsen der Kinder und Jugendlichen angeführt.

(Paus-Hasebrink und Kulterer, 2014, S. 29)

In ihrer Studie, haben Paus-Hasebrink und Kulterer (2014, S. 30) Faktoren untersucht, welche mit dem jeweiligen Familienklima zusammenspielen und Einfluss auf die Mediensozialisation der Jugendlichen nehmen. Diese Faktoren haben sie in ihrem Drei-Ebenen-Modell zur Untersuchung von Mediensozialisationsprozessen zusammengefasst.

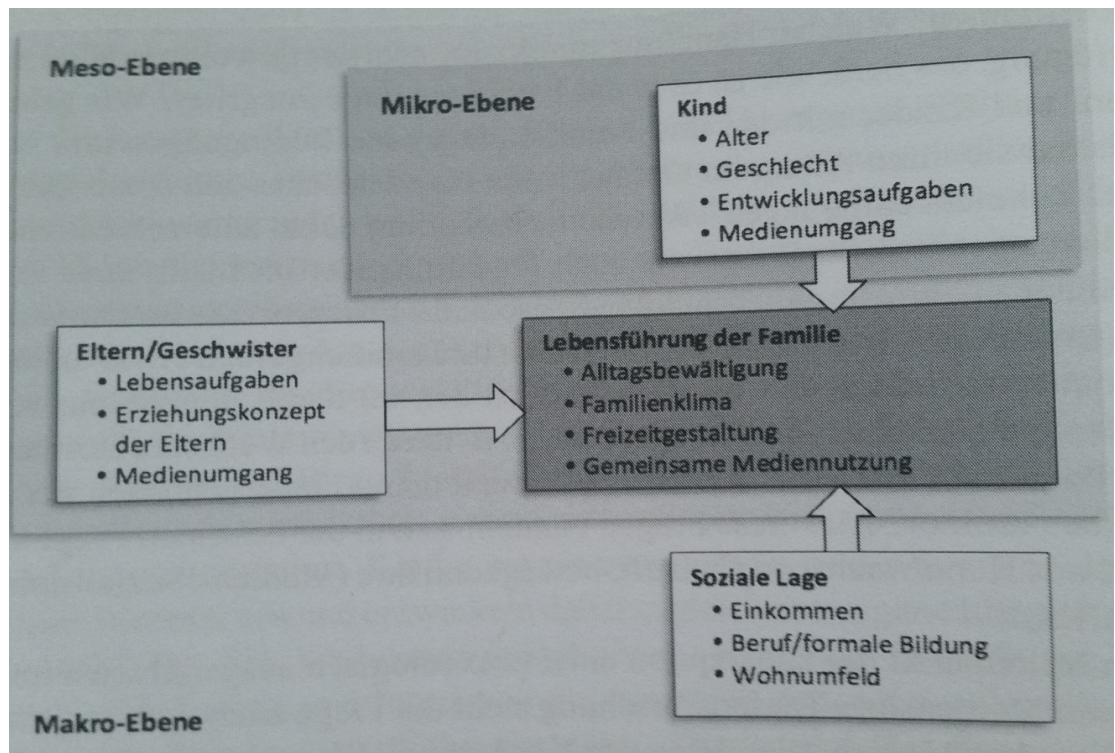


Abbildung 1

Dabei lassen sich auf der Makro-Ebene sozial-strukturell relevante Faktoren finden (Einkommen und Bildung der Eltern). Diese bestimmen das soziale Milieu von Familien. Politische, wirtschaftliche und kulturelle Kontexte eines Landes spielen ebenso eine wichtige Rolle. In dieses Feld wächst das Kind hinein und lernt sich später auch als Jugendlicher zu bewegen. (Paus-Hasebrink & Kulterer, 2014, S. 33 f)

Auf der Meso-Ebene lassen sich die spezifischen Beziehungsstrukturen zwischen Eltern, Kindern, Geschwistern und Angehörigen finden. Sie prägt das Familienklima, in dem die Jugendlichen aufwachsen.

(Paus-Hasebrink & Kulterer, 2014, S. 33 f)

Die Mikro-Ebene stellt als zentraler Teilaspekt des Gesamtforschungsfeldes die Aspekte Alter und Geschlecht und die damit verbundenen spezifischen Entwicklungsaufgaben, sowie den davon

mitbestimmten Medienumgang da. (Paus-Hasebrink & Kulterer, 2014, S. 33 f)

Diese Faktoren bestimmen laut den Autoren die Meso-Ebene (Lebensführung der Familie) mit. Die umgekehrte Wirkung, also den Einfluss der Lebensführung auf die Mikro-Ebene, erachten die Autoren jedoch als bedeutender, da dieser den Rahmen dafür setzt, wie ein Kind mit Medien umgeht und welche Bedeutung es im Laufe seiner Sozialisation den Medien zuweist.

(Paus-Hasebrink & Kulterer, 2014, S. 33 f)

Hugger (2012, S.83 ff) postuliert, dass die kindliche und jugendliche Umwelt in vier, durch Medien reich aggregierte sozialökologische Zonen gegliedert sind, welche in einer bestimmten Reihenfolge durchlaufen werden. Er führt in seinem Beitrag besonders die Sozialisationserfahrungen der Jugendlichen mit digitalen Medien an, welche bisherige Raumordnung in der sozialökologischen Mediensozialisation brüchig werden ließ.

So spricht Hugger (2012, S. 83 ff) in diesem Zusammenhang von so genannten „Verinselungstendenzen“. Jugendliche sehen ihren Lebensraum als „separate Stücke“, die wie Inseln in einem größeren Gesamtraum verstreut sind (zum Beispiel Sportunterricht, Theaterverein usw.) Diese Theorie ist jedoch alters-, geschlechts- und kulturspezifisch unterschiedlich. Die Inseln selbst erscheinen als umschließende, einheitliche Räume, in denen sich Kinder und Jugendliche durch ihre angeeigneten Orientierungsfähigkeiten bewegen.

Der Umgang mit digitalen Medien ist dabei, wie bereits erwähnt, für den Autor mitverantwortlich für die Veränderung der Lebensraumvorstellungen. Ein weiterer Grund dafür ist, dass klassische

Massenmedien den Jugendlichen, im Unterschied zu digitalen Medien, nicht die Möglichkeit zur Partizipation bieten. (Hugger, 2012, S. 83 ff)

2.2. Das Modell der strukturanalytischen Rezeptionsforschung

Hoffmann (2011, S. 57) führt in ihrem Aufsatz Neumann-Braun (2005) an, dessen Untersuchung ein möglichst umfassendes Bild der Nutzung und Aneignung von Medien sowie Medieninhalten zeichnen sollte, anhand dessen die Entwicklungspotentiale und Entwicklungsgefährdungen besser eingeschätzt werden können.

Vor dem Hintergrund kommunikationswissenschaftlicher Annahmen (unter anderem des Uses-and-Gratification-Approach) suchte man nach den Gesetzmäßigkeiten und Bedingungen, die erklären können, warum Menschen bestimmte Medien nutzen, wie und warum sie mit diesen in einer bestimmten Art und Weise umgehen und wie und weshalb sie sich diese aneignen. So hat das Modell ausreichend Erklärungspotential für mediale Kommunikationspraktiken und Präferenzen im Jugendalter.

(Neumann-Braun, 2005, S. 58)

„Wesentlich für dieses Modell ist die Sicht auf den Rezipienten als aktiv handelndes Individuum, das die Auseinandersetzung mit Medien durch seine Auswahl, selektive Zuwendung und seine thematisch voreingenommene Auffassung vor, während und nach der eigentlichen Rezeption bestimmt.“ (Neumann-Braun, 2005, S. 58)

Das Modell entstand in den achtziger Jahren und wurde vor allem von der Forschungsgruppe um den Psychologen Michael Charlton und den Soziologen Klaus Neumann-Braun geprägt.

Es handelt sich um ein handlungstheoretisches Modell und basiert auf folgenden Annahmen: Die Medienrezeption findet im Alltag der Menschen statt und nicht in einem experimentellen Forschungslabor. Zudem wird sie von Alltagspraxis begleitet und wirkt auf diese zurück. Die Rezipienten sind dabei aktive, konstruktiv Sinn erzeugende Leser, Hörer und Zuschauer, welche sich mit Medienangeboten deutlich auseinandersetzen. (Neumann-Braun, 2005, S. 58)

Medien sind in der strukturanalytischen Rezeptionsforschung als ein prozessuales, mehrphasiges Geschehen definiert. Zu guter Letzt nutzt der Rezipient Medienangebote für seine Lebensbewältigung und Identitätsbehauptung im Alltag. (Neumann-Braun, 2005, S. 58)

Das Modell impliziert, dass der Medienkonsum von sozialer Kommunikation begleitet wird. Diese findet vor allem in der so genannten Aneignungsphase statt, welche nach der Rezeption geschieht und die Medienerfahrung des Rezipienten mit seiner eigenen Alltagswelt vermittelt. (Neumann-Braun, 2005, S. 59 ff)

Laut Neumann-Braun (2005, S. 59 ff) kann diese soziale Kommunikation wiederum verschiedene Funktionen erfüllen: Eine Meinungsführerschaft kann bekräftigt werden oder Medienerlebnisse können eine Gemeinschaft enger zusammenschweißen. Unabhängig von einer inhaltlichen Auseinandersetzung mit einem Medienangebot kommen im Verlauf des Rezeptionsvorgangs unterschiedliche Bedürfnisse und Motive zum Vorschein. So schlussfolgert der Autor, dass es im Mediengebrauch immer auch darum geht, soziale Beziehungen in eine bestimmte Richtung zu beeinflussen.

Neumann-Braun (2005, S. 59 ff) wirft den Begriff der Ko-Kommunikation auf. Dabei handelt es sich um knappe, komprimierte Kommunikation während des Medienkonsums. Sie ist daher handlungsbegleitend und

erfüllt spezifische Funktionen (zB: Kooperationsorganisation, Verstehen und Deuten, Bewerten usw.).

Hoffmann (2011, S. 58) schreibt, dass die Mediennutzung von Kindern und Jugendlichen nur angemessen verstanden werden kann, wenn die Strukturen und Bedingungen des Aufwachsens, wie zum Beispiel die sozialen Kontexte, mitberücksichtigt werden und wenn die Mediennutzung als Prozess aufgefasst wird, der im Zusammenhang mit dem Alltagsgeschehen und im Kontext von Entwicklungsbewältigung stattfindet.

Die Autorin zeigt somit die Grenzen des Modells der strukturanalytischen Rezeptionsforschung auf: Die adäquate Berücksichtigung der makrosozialen Bedingungen des Aufwachsens von Jugendlichen. Der Grad der Einbettung in die und Ankoppelung an die Gesellschaft von Heranwachsenden beeinflusst ihren Umgang mit Medien. Zwar geht das Modell davon aus, dass es Rückkoppelungsprozesse der Individuen anhand ihrer individuellen medialen Erfahrungen zur Gesellschaft gibt, doch wie diese konkret aussehen, kann es laut Hoffmann nicht aufzeigen.

Hoffmann (2011, S. 58)

2.3. Das Bielefelder Medienkompetenzmodell

Medien bestimmen die Lebenswelten Jugendlicher heute zentral mit. Medienkompetenz ist daher als eine zentrale Entwicklungskompetenz der Heranwachsenden zu sehen.

Treumann, et al. (2007, S. 32) entwickelten in diesem Zusammenhang das Bielefelder Medienkompetenzmodell, welches Medienkompetenz in vier Unterdimensionen einteilt. Die Autoren definieren Kompetenz als:

„...eine Disposition, die Personen dazu befähigt, bestimmte Arten von Problemen bzw. konkrete Anforderungssituationen zu bewältigen.“

Im Bielefelder Medienkompetenzmodell wird Medienkompetenz nicht als isolierte Anforderung konzipiert, sondern als eine individuelle Fähigkeit des Umgangs mit Medien verstanden, die eigenaktiv im Altersverlauf ausgebildet wird. Sie steht aber gleichzeitig auch in Abhängigkeit zu sozialisatorischen Faktoren der Umwelt und zu spezifischen Förderungen und Forderungen. (Treumann, et al., 2007, S. 33)

Wie bereits erwähnt, teilt das Modell den Begriff Medienkompetenz in vier Bereiche. Der erste Bereich, Medienkritik, bezieht sich auf analytische, reflexive, ethische und kognitive Dimensionen im Kontext von Medien. Hier geht es vor allem um „Metawissen“, welches die Heranwachsenden befähigt, Logik, Ziele und Strategien des Mediensystems zu erkennen. Zudem sollen sie ihre eigene Position in diesem System und ihr eigenes Medienhandeln reflexiv einschätzen können.

(Treumann, et al., 2007, S. 33)

Die Autoren unterteilen den Bereich Medienkritik in drei weitere Dimensionen. Bei der analytischen Dimension geht es um das Erkennen und Erfassen von Zusammenhängen und Motiven bestimmter Vorgänge im Medienbereich. Bei der reflexiven Dimension steht die Fähigkeit, sich selbst und das eigene mediale Handeln zum Gegenstand der Analyse zu machen. Schlussendlich geht es bei der ethischen Dimension von Medienkritik darum, ob Jugendliche Werturteile über Medien und deren Inhalte fällen können. (Treumann, et al., 2007, S. 33)

Der zweite Bereich, Medienkunde, beinhaltet zum einen eine informative Unterdimension, welche sich aus Kenntnissen in verschiedenen medienbezogenen Bereichen zusammensetzt. Diese können aktuelles Wissen genauso beinhalten wie die klassischen Wissensbestände. Zum

anderen setzt sich die Medienkunde laut den Autoren aus einer instrumentell-qualifikatorischen Unterdimension zusammen. Diese beinhaltet technische Fertigkeiten im Umgang mit Medien und den Zugang zu Medien. (Treumann, et al., 2007, S. 33)

Mediennutzung stellt den dritten Bereich des Bielefelder Medienkompetenzmodells da. Diese erfasst, welche Medienumgebungen die Jugendlichen konkret nutzen und welche Qualität diese hat. Auch die Mediennutzung teilen die Autoren in verschiedene Unterdimensionen.

(Treumann, et al., 2007, S. 33)

So bezieht sich die rezeptiv-anwendende Unterdimension darauf, welche Programm-Nutzungsgewohnheiten bestehen. Sie geben Aufschluss darüber, inwieweit die Fähigkeit, das Geschehene zu verarbeiten, vorhanden ist. Grundlage dabei sind Zeit- und Häufigkeitsangaben zur Nutzung. Die zweite Unterdimension ist die interaktive Nutzung. Sie hinterfragt inwiefern ein handelnder, aktiver Umgang bei der Mediennutzung vorhanden ist und worauf sich diese Aktivitäten beziehen. (Treumann, et al., 2007, S. 34)

Der letzte Bereich wird als Mediengestaltung bezeichnet. Er erfasst die kreativ-gestalterischen Aspekte der Mediennutzung und sieht die Jugendlichen als Medienproduzenten. Hintergrund dieses Bereichs bildet die Annahme, dass sich eine eigenaktive Mediengestaltung auch auf die Medienrezeptionsgewohnheiten und in weiterer Folge auch auf andere Bereiche von Medienkompetenz auswirkt. (Treumann, et al., 2007, S. 34)

2.4. Die Wissensklufthypothese

In den 1930er Jahren entwickelten die amerikanischen Kommunikationswissenschaftler und Soziologen Phillip Tichenor, George Donohue und Clarice Olien die so genannte „Wissensklufthypothese“.

(Burkart, 1992, S. 84 ff)

Auch bekannt als „knowledge gap“, bezog sich die These ursprünglich nur auf Printmedien. Heute verstärkt sich die Wissenskluft durch die zunehmende Verbreitung neuer Medien, wie das Internet.

(Burkart, 1992, S. 84 ff)

In der Anfangsphase war der Ansatz noch wenig durchstrukturiert und empirisch gesichert (Burkart, 1992, S. 84 ff). Im Original lautete die These:

„As the infusion of mass media information into a social system increases, segments of the population with higher socioeconomic status tend to acquire this information at a faster rate than the lower status segments, so that the gap in knowledge between these segments tends to increase rather than decrease.“

(Burkart, 1992, S. 84 ff)

Kritiker der These forderten zum Beweis, ein eigenständiges Feldexperiment, da die ursprüngliche Ansicht der wachsenden Wissenskluft erst nicht als geprüftes Faktum präsentiert worden ist. Auch die Gegenbeweise mehrten sich seit den 1970er Jahren, vor allem in Amerika. Aus diesen Gründen ist auch die künftige Entwicklung dieses Ansatzes schwer vorauszusagen. (Burkart, 1992, S. 84 ff)

In diesem Zusammenhang wird der Begriff „Digital Divide“ wichtig sein, welcher auch als „digitale Bildungskluft“ bekannt ist und auf die Wissensklufthypothese aufbaut. (Burkart, 1992, S. 84 ff)

In ihrer Arbeit untersucht Braun (2014, S. 41 f) die familienklimatischen Bedingungen und ihre Auswirkungen auf die jugendliche Internetnutzung und führt in dem Zusammenhang auch die digitale Kluft als soziales Phänomen schichtspezifischer Divergenz an.

So wird die soziale Herkunft des Kindes bekanntermaßen von der Familie bestimmt. Es wird frühzeitig durch familiäre Sozialisationsprozesse auf den sozialstrukturellen Platz seiner Herkunftsfamilie hingewiesen. Der erste Ort an dem Heranwachsende erfahren und erlernen, was Bildungsniveau, Statusnormalität, Statusdifferenzen und Schichtzugehörigkeit bedeuten, ist die Familie. In weiterer Folge korrelieren die sozialen Lebensbedingungen auch mit dem Zugang zu Medien, insbesondere jedoch mit der Mediennutzung. (Braun, 2014, S. 42)

Braun (2014, S. 42) führt den Begriff Digital Divide an, welcher sich ursprünglich auf eine ungleiche Zugangsverteilung zwischen arm und reich bezog. Sie definiert den Begriff mit den drei Komponenten Zugang zum Internet, Internetnutzung und Sozialschichtzugehörigkeit.

Die Autorin führt an, dass zwischen bildungsfernen und bildungsnahen Familien klare Unterschiede sowohl in der Nutzungsweise bestimmter Angebote, als auch in der Auswahl bezüglich Qualität und Nutzungsintensität besteht. Divergenzen zwischen Jugendlichen aus bildungsnahen und bildungsfernen Schichten lassen sich ebenfalls in der Auswahl der verschiedenen Kommunikationsdienste feststellen. Diese wird jedoch weniger von Interessensdifferenzen beeinflusst, sondern lassen sich vielmehr auf unterschiedliche Wissens- und

Kompetenzvoraussetzungen zurückführen. Determiniert wird die Divergenz durch die jeweilige Schichtzugehörigkeit. (Braun, 2014, S. 42)

Studien zeigen, dass Kinder und Jugendliche aus formal höher gebildeten Familien das Fernsehen zeitlich moderater nutzen und häufiger informationsorientierte Inhalte wählen. (Braun, 2014, S. 42)

Braun (2014, S. 44) postuliert, dass aufgrund von Überforderung die Erziehung bei formal niedrig gebildeten Eltern häufiger dem Fernsehen überlassen wird, wobei die kindlichen Bedürfnisse des Inhalts nur von geringen Interesse sind. Jugendliche aus niedrigen Schichten sind in diesem Zusammenhang mit elektronischen Medien weitaus besser ausgestattet. Fernsehgeräte sind daher häufiger in Kinderzimmer der Unterschicht vertreten, während Printmedien eher in Zimmern der Oberschicht anzutreffen sind.

Die von den Kindern besuchte Schulform nimmt laut Braun (2014, S. 44) hinsichtlich des Zugangs von Computern und Internet keinen signifikanten Unterschied ein. Die Generation der Eltern jedoch, zählt sich eher zu den Internetnutzern, je höher ihre formale Bildung bzw. das Einkommen ist.

Die Autorin nimmt daher einen Zusammenhang zwischen geringer Nutzung neuer Technologien der Eltern in bildungsfernen Schichten mit einer verminderten Medienkompetenz an und in weiterer Folge einen Einfluss auf die elterliche Medienbegleitung der Kinder. Die mögliche Konsequenz: Ein Konflikt zwischen den Generationen.

(Braun, 2014, S. 44)

So fangen Eltern mit höherer formalen Bildung nicht nur das durch Medien erlebte mittels Kommunikation ab, sondern begleiten ihre Kinder auch beim Umgang mit elektronischen Medien und wissen, womit sie sich im

Internet beschäftigen. Mit der Häufigkeit der Interaktion zwischen Eltern und Kindern steigt auch der elterliche Medieneinfluss. (Braun, 2014, S. 44)

Dies geschieht laut Braun (2014, S. 45) unabhängig ihrer Schichtzugehörigkeit. Auch die Lesefreudigkeit der Kinder wird erst durch die Vorbildfunktion der Eltern und deren Integration in innerfamiliäre Kommunikation und Interaktion durch die Konversation über Bücher und deren Inhalte entfacht. Es ist anzunehmen, dass diese Vorbildfunktion jedoch nicht zwingend positiv ist.

3. Stand der Forschung

Das folgende Kapitel soll einen Überblick über bisherige Forschungen, Studien und Erkenntnisse über das in dieser Arbeit behandelte Thema geben.

In den verschiedenen internationalen Fachzeitschriften lässt sich eine Vielzahl an Artikel, sowie einige Studien über die Mediennutzung Jugendlicher finden. Hier wird ein erstes Bild des Medienrepertoires junger Erwachsener gezeichnet, welches später mit den Erkenntnissen aus der gewählten Stichprobe abgeglichen wird.

Ebenso Beachtung finden bereits bestehende Erkenntnisse über die elterliche Beeinflussung des Mediennutzungsverhaltens und wichtige Faktoren, welche in diesem Zusammenhang eine tragende Rolle spielen.

3.1. Die Mediennutzung Jugendlicher

Die Enquete-Kommission „Internet und digitale Gesellschaft“ befasst sich umfassend mit dem Thema Medienkompetenz von Kindern und Jugendlichen und berücksichtigt an vielen Stellen auch die Mediensituation, mit der junge Menschen heute zu tun haben.

(Feierabend & Rathgeb, 2013, S. 13 ff)

Mit ihrer Studienreihe „Jugend, Information (Multi-)Media“ (JIM) sammelt die zur Enquete-Kommission gehörige Studienreihe des Forschungsverbunds Südwest seit 1998 kontinuierlich repräsentative Daten zum Medienumgang der Jugendlichen zwischen zwölf und neunzehn Jahren in Deutschland. (Feierabend & Rathgeb, 2013, S. 13 ff)

Aus der JIM-Studie lässt sich herauslesen, dass Fernsehen immer noch einen hohen Stellenwert bei den Jugendlichen einnimmt. Obwohl zu sagen ist, dass der Fernsehkonsum rückläufig ist.

(Feierabend & Rathgeb, 2013, S. 13 ff)

Den größten Stellenwert nehmen natürlich das Internet, neue Medien und Technologien wie Smartphone und Onlineauftritte diverser Zeitungen, sowie soziale Netzwerke ein. Radio, Zeitungen und Zeitschriften wiederum teilen sich seit Jahren die letzten Plätze im Medienranking.

(Feierabend & Rathgeb, 2013, S. 13 ff)

Die ARD/ZDF-Onlinestudie sammelt seit 1997 kontinuierlich Daten zur Internetnutzung der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahren. Es lassen sich aber auch Daten zur durchschnittlichen Nutzungsdauer aller Medien, aufgeschlüsselt nach Altersgruppen finden:

Durchschnittliche Nutzungsdauer der Medien 2014
in Min./Tag

	Fernsehen ¹⁾	Hörfunk ²⁾	Internet ³⁾	Zeitung ⁴⁾	Tonträger ²⁾	Buch ⁴⁾	Zeitschrift ⁴⁾
Gesamt (ab 14 J.)	240	192	111	23	27	22	6
14-29 J.	128	142	233	10	63	30	4
30-49 J.	223	207	135	18	26	15	4
ab 50 J.	297	203	46	34	10	23	9

1) AGF in Zusammenarbeit mit GfK, TV Scope: 1. Halbjahr 2014.

2) ma 2014/I.

3) ARD/ZDF-Onlinestudie 2014.

4) Massenkommunikation 2010.

Abbildung 2

Laut Van Eimeren und Frees (2014) ist der Anteil der Internetnutzer in Deutschland im ersten Halbjahr 2014 auf 79,1 Prozent angestiegen. Jedoch ist das Potential bei den jüngeren Altersgruppen weitgehend erschöpft, das künftige Wachstum geht aus der älteren Generation hervor.

Daher postulieren die Autoren, je größer die Wahlfreiheit ist, desto wichtiger wird es für Fernseh- und Radioanbieter, ihre Inhalte crossmedial bereit zu stellen. Der Absender muss jedoch klar erkennbar bleiben.

(Van Eimeren und Frees 2014)

Koch und Liebholz (2014) schreiben, dass 45 Prozent der Onliner ab 14 Jahren mindestens einmal in der Woche Bewegtbilder im Internet konsumieren. Als besonders video-affin erweisen sich dabei mit einer wöchentlichen Nutzung von 79 Prozent die Gruppe der 14 – 29-Jährigen.

In der ARD/ZDF-Onlinestudie werden auch Videoportale und das Fernsehen im Vergleich untersucht. Humor und die Angebotsbreite sind wichtige Aspekte, die bei Videoportalen genannt werden. Beim Fernsehen wiederum dominieren Aspekte wie Information und Gesprächsstoff.

(Koch und Liebholz, 2014)

Laut den Autoren zeigt die Studie einen ausgeprägten Unterschied bezüglich der Bewegtbilder bei der Gesamtheit der Onliner. Während bei allen Onlinern 94 Prozent der Bewegtbildnutzung auf klassisches Fernsehen verfallen und nur 6 Prozent auf alle Formen der Bewegtbildnutzung im Internet, beträgt das Verhältnis von klassischem Fernsehen und Online-Bewegtbildnutzung bei den 14 – 29-Jährigen Männern 78 zu 22 Prozent. Trotzdem ist eine Substitution der Fernsehnutzung durch Online-Bewegtbildinhalte generell nach wie vor nicht erkennbar. (Koch und Liebholz, 2014)

In ihrem Artikel schreiben Busemann und Tippelt (2014), dass die Parallelnutzung von Fernsehen und Internet als „Second Screening“ bezeichnet wird. 45 Prozent der deutschen Gesamtbevölkerung ab 14 Jahren nutzen zumindest selten parallel zum Fernsehen das Internet oder sehen parallel zum Internet fern.

Dabei wird am Häufigsten etwas zum Thema der im Fernsehen gesehenen Sendung im Internet recherchiert. Vor allem Großereignisse wie der „European Song Contest“ oder die Fußball-Weltmeisterschaft haben gezeigt, dass sich die fernsehbezogene Second-Screen-Nutzung steigender Beliebtheit erfreut. (Busemann und Tippelt, 2014)

Laut Frees (2014) konkurrieren Fernsehen und Internet hinsichtlich Angebotsvielfalt und Verfügbarkeit der Inhalte. So schauen die Zuschauer von heute nicht weniger fern, sondern nur auf unterschiedlichen Wegen. Anstatt das Fernsehen zu ersetzen, fungiert das Internet daher als dessen Angebotsmultiplikator.

Für das Jahr 2015 erklären ARD und ZDF in ihrer Pressemitteilung, dass knapp 80 Prozent der Deutschen online sind und diese das Internet vielfältiger und häufiger nutzen.

(ARD/ZDF Pressemitteilung vom 12.10.15)

Dabei hat die Anzahl derjenigen die täglich ins Netz gehen, im Jahr 2015 zugenommen, wobei vor allem die „Unterwegsnutzung“ gestiegen ist. Auch die Nutzung von Videoinhalten und Fernsehsendungen, sowie von Audioinhalten im Netz ist gegenüber dem Vorjahr angestiegen.

(ARD/ZDF Pressemitteilung vom 12.10.15)

Die Online-Studie stellt jedoch nur einen minimalen Zuwachs der Internetverbreitung fest. Gleich geblieben sind die Zuwachsraten bei den über 60jährigen und die Sättigung bei der jüngeren Zielgruppe.

(ARD/ZDF Pressemitteilung vom 12.10.15)

Auch im Jahr 2015 liegt der Nutzungsschwerpunkt eindeutig beim Fernsehen, gefolgt vom Radio. Die deutsche Bevölkerung ab 14 Jahren nutzt dabei das Fernsehen durchschnittlich 208 Minuten pro Tag, 173 Minuten hört sie Radio, 107 Minuten werden im Internet verbracht und rund 23 Minuten wird die Tageszeitung gelesen.

(Engel & Breunig, 2015. S. 312)

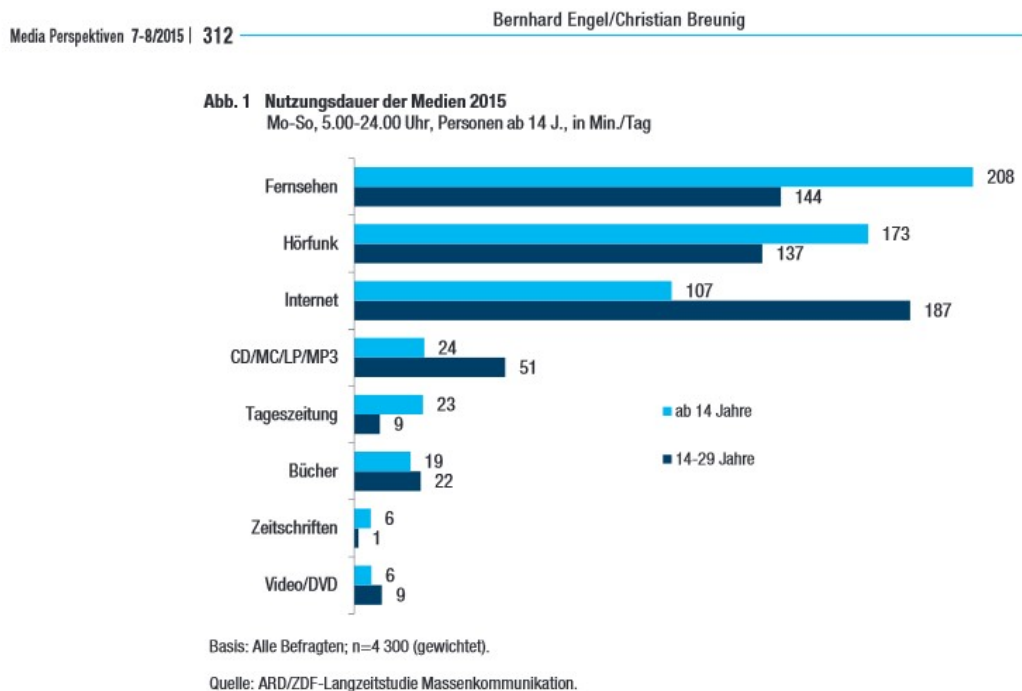


Abbildung 3

Für das Jahr 2016 wurden zur Zeit des Verfassens dieser Arbeit weder bei der JIM-Studie, noch bei der ARD/ZDF Onlinestudie Daten veröffentlicht.

Das Magazin „Journalism Studies“ veröffentlichte einen Artikel von Raeymaeckers (2007, S. 223) in dem verschiedene Strategien vorgestellt wurden, wie Verlage ein jüngeres Publikum ansprechen können.

Raeymaeckers (2007, S. 223) verweist darauf, dass Zeitungen für Jugendliche trotzdem die erste Informationsquelle für Nachrichten bleiben. Der informative Faktor verringert sich jedoch, da Nachrichten welche Zeitungen liefern oft zu schwierig zu lesen und zu komplex sind. Jugendliche haben nicht genügend Hintergrundwissen, um einen angemessenen Bezugsrahmen zum Verständnis der Nachrichten zu entwickeln.

3.2. Elterliche Beeinflussung des Mediennutzungsverhaltens

In ihrer Studie beschäftigen sich Paus-Hasebrink und Kulterer (2014, S. 57 ff) mit der Mediennutzung von sozial benachteiligten Kindern und Jugendlichen in mehreren Untersuchungswellen.

Im Ergebnisteil halten die Autoren fest, dass sich die Eltern der befragten Kinder der Tatsache bewusst sind, die Art und Weise der Mediennutzung ihrer Kinder durch ihre eigene Mediennutzungsweisen stark zu beeinflussen. Daher konnten Gemeinsamkeiten im Hinblick auf die Medienumgangsformen der Eltern und Kinder festgestellt werden, welche besonders die Einbettung von Medienangeboten im alltäglichen Leben betreffen. (Paus-Hasebrink & Kulterer, 2014, S. 57 ff)

Zwar nutzen Eltern und ihre Kinder einen großen Pool an unterschiedlichen Medien, jedoch widmen sich die Eltern in späteren Untersuchungswellen der Studie häufiger der Nutzung des Computers und des Internets. Dabei nutzten die Eltern das Internet eher für die

Information, wobei sich Kinder und Jugendlichen für soziale Netzwerke interessieren. (Paus-Hasebrink & Kulterer, 2014, S. 57 ff)

Die Autoren kamen zu dem Schluss, dass die Computernutzung der Kinder nicht nur mit dem Alter, sondern auch mit dem Kriterium des familiären Zugangs bzw. Besitzes eines Computers zusammenhängt.

(Paus-Hasebrink & Kulterer, 2014, S. 57 ff)

Auch hinsichtlich der Fernsehrezeption bestehen Gemeinsamkeiten. Beide Gruppen ziehen im Regelfall das Fernsehen zur Unterhaltung und Entspannung anderen Medien vor.

(Paus-Hasebrink & Kulterer, 2014, S. 57 ff)

Das Radio wird von den Eltern eher als Informationsmedium genutzt, wobei ihre Kinder sich zumeist nur nebenbei damit beschäftigen. Das elterliche Interesse an Büchern, Zeitungen und Zeitschriften hingegen ist in den späteren Untersuchungswellen deutlich zurückgegangen.

(Paus-Hasebrink & Kulterer, 2014, S. 57 ff)

Ein Schlüsselement im Leseverhalten Jugendlicher sind deren Eltern. Dieser Meinung ist auch Raeymaeckers (2007, S. 223), welche in ihrem Artikel Bonfadelli (1993) anführt.

Dieser unterstreicht die Wichtigkeit der Variable der „Co-Orientierung. Diese Variable bezieht sich auf die Möglichkeit der Jugendlichen zur Diskussion mit relevanten Partnern über das in einer Zeitung gelesene.

(Bonfadelli, 1993)

Hier wird das limitierte Interesse nicht als Problem gesehen und die automatische Steigerung des Interesses an Zeitungen angedeutet, wenn Jugendliche einen erwachsenen Lebensstil adaptieren. (Bonfadelli, 1993)

Zum Thema Adaption der elterlichen Mediennutzung liefert die Fachzeitschrift „Communications“ in ihrer 32. Ausgabe des Jahres 2007 in dem Artikel von Westerik, Renckstorf, Lammers und Wester interessante Erkenntnisse im Bereich des Fernsehens.

Die Autoren beschreiben zwei Modi der Mediennutzung. Den „Quasi-automatischen“ Ritualmodus, in dem das Individuum Medien als routinierte Reaktion auf ein wiederkehrendes Problem nützt und den Instrumentalmodus, in welchem das Medium in einer bewussten Art und Weise konsumiert wird, um mit Problemen umzugehen, für die keine kurzfristige Lösung in Sicht ist.

(Westerik, Renckstorf, Lammers & Wester, 2007, S. 390)

Weiters kamen die Autoren zu folgender Erkenntnis:

„Subsequent research further shows that adult household members do not only influence each other's choice for specific program types, but also that their decisions to watch or to abstain from watching are correlated and that viewing (or non-viewing) by one partner triggers the other partner to do likewise.“ (Westerik et al., 2007, S. 391)

Die Rolle des elterlichen Bildungsgrades in der Entwicklung der Mediennutzung Jugendlicher wird ebenfalls betont. Weitere Variablen wie Alter, Geschlecht, Herkunft und der sozioökonomische Status haben klarerweise ebenfalls Einfluss auf die Mediennutzung Heranwachsender. (Westerik et al., 2007, S. 393)

Die Autoren führen an, dass dieser Prozess der Sozialisierung, welcher mit den eben genannten Faktoren einhergeht, familienspezifisch ist. So wird der Einfluss teilweise geprägt durch Interaktionen zwischen den Eltern und ihren jugendlichen Kindern. Daraus folgt, dass der Umgang der Eltern mit der Mediennutzung ihrer Kinder vom familiären Hintergrund abhängt. (Westerik et al., 2007, S. 393)

Die Autoren führen Comstock und Scharrer (2001) an, welche argumentieren, dass der Einfluss der Eltern auf die Nutzung bestimmter Medien eher unbeabsichtigt geschieht. Jugendliche, deren Eltern aus verschiedenen Gründen selten zu Hause sind, könnten so mehr Zeit vor dem Fernseher und mit Videospielen verbringen, als andere Kinder im gleichen Alter.

Weiters bestimmt der von den Eltern ermöglichte Zugang zu unterschiedlichen Medien deren Nutzung. Jedoch sinkt die elterliche Beeinflussung der Mediennutzung je älter der Jugendliche wird. Die Autoren spekulieren, dass eine „gegenteilige Sozialisation“ stattfindet und der Einfluss der Jugendlichen auf das Mediennutzungsverhalten der Eltern anwächst. (Westerik et al., 2007, S. 393 – 396)

Auch Paus-Hasebrink und Kulterer (2014, S. 108) erkannten, dass sich in ihrer Studie zu einem Großteil Medienreglementierungen im Hinblick auf die Nutzung von Medienangeboten erkennen ließen.

Mit zunehmendem Alter ihrer Kinder versuchten die Eltern in der Zielgruppe der Autoren verstärkt die verschiedenen Medien und den Medienumgang ihrer Kinder durch Regeln und Einschränkungen zu kontrollieren. Eine allgemeine Aufklärung über Sinn, Gefahren oder Zweck von Medien und deren Inhalte fand jedoch nur im Einzelfall statt.

(Paus-Hasebrink & Kulterer, 2014, S. 108)

Eine Kommunikation über Medien fand nur statt, wenn die Kinder mit gezielten Fragen auf ihre Eltern zugehen. Die Ergebnisse der Untersuchung ließen erkennen, dass das (Medien-) Erziehungsvorhaben der Eltern von ihrem jeweiligen Wissenstand und ihren Kompetenzen abhängt.

(Paus-Hasebrink & Kulterer, 2014, S. 108)

In seinem Werk führt Bonfadelli (1981, S. 282) eine Studie von Chaffee und McLeod (1971) an. Diese kamen zu dem Schluss, dass die Entwicklung von Mediennutzungsmustern in engem Zusammenhang mit der Beziehung der Jugendlichen zu ihren Eltern steht, die untersuchten Korrelationen zwischen dem elterlichen Medienkonsum und jenem ihrer Kinder jedoch nicht sehr hoch ausfallen.

„[...] sind die Beziehungen zwischen der Mediennutzung der Eltern und jener ihrer Kinder äusserst [sic!] komplex und sozial vermittelt; offenbar garantiert das elterliche Vorbildverhalten allein bezüglich der Nutzung der einzelnen Medien deren Uebernahme [sic!] durch die Kinder noch nicht [...]“ (Bonfadelli, 1981, S. 282)

In einem Erklärungsversuch dieser Annahme spricht Bonfadelli (1981, S. 282) von „reverse modeling“. Hierbei ist in vielen Bereichen davon auszugehen, dass die Präferenzen der Jugendlichen das Nutzungsverhalten der Eltern ihrerseits beeinflussen.

Der Autor nimmt an, dass Korrelationen zwischen dem Fernsehverhalten der Erwachsenen und jenem ihrer Kinder soziale Beeinflussungs- und Imitationsprozesse nur vortäuschen könnten. (Bonfadelli, 1981, S. 282)

Dies geschieht, indem der gemeinsame sozio-ökonomische Hintergrund der Familie ein ähnliches Medienverhalten induziert. Das durch die Eltern

eingeschaltete Fernsehprogramm bedingt die Fernsehnutzung der Kinder zum Teil von vornherein mit. (Bonfadelli, 1981, S. 282)

Laut Bonfadelli (1981, S. 283) ist daher nicht so sehr zu erklären, ob das Medienverhalten der Eltern einen Einfluss auf die Medienzuwendung der Jugendlichen hat oder nicht, sondern durch welche sozialen Einflussprozesse im Sozialisationskontext der Familie dieser Zusammenhang mediatisiert wird.

4. Forschungsfragen und Hypothesen

Da in dieser Arbeit quantitative Forschungsmethoden angewandt werden, sollen bereits im Vorfeld Hypothesen entwickelt werden. Diese werden im Anschluss anhand der gewonnenen Daten verifiziert oder falsifiziert.

FF1: Adaptieren Jugendliche das Mediennutzungsverhalten ihrer Eltern?

H1: Je mehr das Alter der Jugendlichen eine Rolle bei der elterlichen Beeinflussung des Mediennutzungsverhaltens spielt, desto eher adaptieren sie das Medienrepertoire der Eltern.

Ziel ist es, ein Medienrepertoire der Jugendlichen und eines der Eltern zu erstellen und dieses miteinander zu vergleichen. Besteht innerhalb der befragten Probanden ein signifikanter Zusammenhang zwischen dem Medienrepertoire der Eltern und dem der Jugendlichen? Steigt der Einfluss der Eltern mit dem Alter an, ebbt dieser ab, oder spielt das Alter der Jugendlichen in diesem Zusammenhang keine Rolle?

So spekulieren zum Beispiel vor allem Comstock und Scharrer (2001), dass „gegenseitige Sozialisation“ stattfindet und der Einfluss der Jugendlichen auf das Mediennutzungsverhalten der Eltern mit dem Alter anwächst. Zudem spricht Bonfadelli (1981, S. 282) von „reverse modeling“, bei dem davon auszugehen ist, dass die Präferenzen der Jugendlichen das Nutzungsverhalten der Eltern ihrerseits beeinflussen.

Mit Hilfe der Forschungsfragen Zwei und Drei sollen die Ursachen dieser Gemeinsamkeiten und Unterschiede festgestellt werden.

FF2: Steigt der elterliche Medieneinfluss mit der Häufigkeit der Kommunikation über das Medienerlebnis zwischen Eltern und Jugendlichen?

H1: Je höher der Bildungsgrad der Eltern, desto eher wird das Medienerlebnis der Jugendlichen durch Kommunikation abgefangen.

Wie oben bereits beschrieben unterstreicht Bonfadelli (1993) die Variable der „Co-Orientierung“, also die Möglichkeit der Jugendlichen zur Diskussion mit relevanten Partnern über das in den Medien gelesene, Gesehene oder Gehörte. Auch Neumann-Braun (2005, S. 59 ff) führt in ihrem Modell der strukturanalytischen Rezeptionsforschung an, dass Medienkonsum von sozialer Kommunikation begleitet wird. Er definiert damit den Begriff der „Ko-Kommunikation“; welche handlungsbegleitend ist und spezifische Funktionen erfüllt. Wenn nun zwischen den ermittelten Medienrepertoires eine geringe Gemeinsamkeit besteht, liegt dies vielleicht daran, dass Eltern nicht mit ihren Kindern über die Mediennutzung kommunizieren?

Unter anderem wird im Drei-Ebenen-Modell von Paus-Hasebrink und Kulterer (2014, S. 30) die Variable Bildungsgrad als wesentlicher Faktor angesehen, um Mediensozialisationsprozesse zu erklären. So ist auch Braun (2014, S: 45) der Meinung, dass der elterliche Medieneinfluss mit der Häufigkeit der Kommunikation steigt. Laut der Autorin geschieht dies jedoch unabhängig ihrer Schichtzugehörigkeit. Kann daher in einem weiteren Schritt ein Zusammenhang zwischen dem Bildungsgrad der Eltern und dem Grad der Kommunikation festgestellt werden?

FF3: Besteht ein Zusammenhang zwischen der Medienkompetenz der Eltern und dem Einfluss auf das Mediennutzungsverhalten der Jugendlichen?

H1: Wenn Eltern eine geringe Medienkompetenz aufweisen, sinkt der Einfluss der elterlichen Medienbegleitung.

Laut Bielefelder Medienkompetenzmodell wird Medienkompetenz in vier Bereiche eingeteilt. Für die Beantwortung dieser Forschungsfrage wurde der Bereich Medienkunde genauer untersucht. Wichtig hierbei sind vor allem die Variablen Zugang zu Medien und technische Fertigkeiten im Umgang mit Medien. So nimmt zum Beispiel Braun (2014, S.44) einen Zusammenhang zwischen geringer Nutzung neuer Technologien der Eltern in bildungsfernen Schichten mit einer verminderten Medienkompetenz an und in weiterer Folge einen Einfluss auf die elterliche Medienbegleitung der Kinder.

B. Methodischer Teil

Dieser Teil beschäftigt sich mit der Wahl des Methodendesigns, welches dieser Arbeit zugrunde liegt. Weiters wird die Grundgesamtheit und die Stichprobe vorgestellt, mit der die Analyse durchgeführt wurde.

Zusätzlich wird der quantitative Fragebogen inhaltlich besprochen und die Vor- und Nachteile der Methode aufgezählt.

1. Wahl des Methodendesigns

Den empirischen Teil dieser Arbeit soll eine quantitative Studie darstellen. Mittels quantitativem Fragebogen sollen Erkenntnisse über die Medienrepertoires österreichischer Jugendlicher zwischen 14 und 20 Jahren lukriert werden.

Dabei werden die Forschungsfragen durch den Fragebogen in ein Forschungsdesign übersetzt. Der Grund für die Methodenwahl besteht darin, dass durch die Standardisierung der Methode die gleichen Befragungsbedingungen für die Probanden bestehen. Jeder Befragte erhält die gleichen Fragen, in der gleichen Reihenfolge. Dadurch werden die Antwortmöglichkeiten eingeschränkt und den Probanden zum Teil die Arbeit erleichtert.

Weitere Vorteile der Methode bestehen in ihrer Kostengünstigkeit und im geringen Zeit- und Personalaufwand. Der Interviewer kann zu guter Letzt keinen Einfluss auf die Beantwortung nehmen, so entsteht ein möglichst objektives Bild der Stichprobe. (Atteslander, 2003, 174 ff)

Die Nachteile bestehen darin, dass es ein Problem mit den Rücklaufquoten geben könnte und dies wie im Folgenden beschrieben auch passiert ist. Zudem ist die Erhebungssituation weitgehend unkontrollierbar und einzelne Fragen können unvollständig oder nicht sorgsam genug ausgefüllt werden. (Atteslander, 2003, 174 ff)

Das Forschungskonzept des Medienrepertoires basiert auf der Annahme von Hasebrink und Popp (2006, S. 369), die Erforschung von Mediennutzung und die Auswahl von Medien konzentrierte sich zu stark auf einzelne Aspekte.

Vielmehr sollte die Medienrezeption der Rezipienten in einem umfassenden Raster kombiniert werden, um Nutzungsgewohnheiten herausfiltern zu können. (Hasebrink & Popp, 2006, S. 369)

Um die durch den Fragebogen lukrierten Daten und des so gewonnenen Medienrepertoires der Jugendlichen und deren Eltern auswerten zu können, wird in dieser Arbeit das Verfahren der multiplen Regressionsanalyse angewendet. Hierbei werden zur Erklärung der abhängigen Variablen mehrere erklärende Variablen herangezogen. (Gabler Wirtschaftslexikon)

1.1. Grundgesamtheit und Stichprobe

Mit meinem Fragebogen sollen österreichische Jugendliche zwischen 14 und 20 Jahren erreicht werden. Aus pragmatischen Gründen entfiel die Wahl dabei auf Jugendliche aus dem Raum Wien und dem Bezirk Mödling in Niederösterreich, weil ich mir als Ortsansässige so alle relevanten Informationen leicht beschaffen konnte.

Eine Totalerhebung war aus Kosten- und Zeitgründen nicht möglich, daher beschränkt sich diese Studie auf eine Stichprobe von 200 Jugendlichen. Aufgrund der bereits erwähnten Probleme mit der Rücklaufquote, konnten jedoch nur 182 Fragebogen gesammelt werden.

Die Erhebung sollte an der Handelsakademie Maygasse im 13. Bezirk durchgeführt werden, an der ich selbst Schülerin war. In dieser Schule gibt es neben Handelsakademie Schülern und Schülerinnen auch Klassen der Handelsschule, sowie einen Schulversuch mit dem Namen Schumpeter, in der „hochbegabte“ Schüler und Schülerinnen einen Platz finden. Insgesamt gibt es in der Schule 18 Klassen mit jeweils 20 bis 30 Schülern und Schülerinnen.

Die angestrebte Stichprobenanzahl hätte so problemlos erreicht werden können. Aufgrund der guten Mischung an unterschiedlichen Bildungsgraden bot sich diese Schule als Erhebungsort an.

Da die meisten Schüler und Schülerinnen nach Abschluss der Unterstufe 14 Jahre alt sind, wurde dieses Alter als Begrenzung gewählt. Zusätzlich sind viele junge Erwachsene mit 20 Jahren noch nicht mit der Matura fertig, beziehungsweise leben auch noch nicht in einem eigenen Haushalt. Mit 20 Jahren als Obergrenze konnten auch Probanden, welche diesen Kriterien entsprechen, befragt werden.

1.2. Quantitativer Fragebogen

Um ein Medienrepertoire Jugendlicher zu erstellen ist die Sammlung quantitativer Daten notwendig. Aus diesem Grund greife ich auf die Methode des quantitativen Fragebogens zurück. Wie bereits erwähnt, beläuft sich meine Stichprobe auf Jugendliche zwischen 14 und 20 Jahren.

Laut Mummendey und Grau (2008, S. 19) enthalten mehr als ein Drittel aller Fragen oder Feststellungen in einem Fragebogen Häufigkeitsaussagen.

So wird in bestimmten sprachlichen Wendungen nach der Häufigkeit gefragt, mit der ein bestimmtes Verhalten oder eine bestimmte Erlebniswelt auftritt. Um ein Medienrepertoire erstellen zu können, war es auch in meinem Fragebogen notwendig, nach der Häufigkeit der Nutzung der einzelnen Medien zu fragen. (Mummendey & Grau, 2008, S. 19)

„Anhand solcher Skalen, die nach dem Sozialforscher Rensis Likert Likert-Skalen genannt werden, wird das Ausmaß der Zustimmung oder Ablehnung zu vorgegebenen Gründen erfasst.“

(Kirchhoff, Kuhnt, Lipp, Schlawin, 2003, S.22)

Ich habe mich für eine fünfstufige Skala entschieden, wobei im schriftlichen Fragebogen nur die Nummern und im Online-Fragebogen die schriftliche Variante angeführt wurde:

5 = Sehr oft bzw. sehr zutreffend

4 = Häufig bzw. trifft häufig zu

3 = Gelegentlich bzw. trifft gelegentlich zu

2 = Selten bzw. trifft selten zu

1 = Nie bzw. trifft nie zu

Laut Kirchhoff et.al. (2003, S. 22) bietet eine fünfstufige Skala mit jeweils zwei Abstufungen und einer neutralen Mitte bezüglich der Ablehnung oder Zustimmung ein breites Spektrum möglicher Varianten der Beantwortung.

Prinzipiell ist der Fragebogen in fünf Themenschwerpunkte eingeteilt. Der erste Teil beschäftigt sich mit den soziodemographischen Daten. Sozusagen zum „Aufwärmen“ werden den Probanden Fragen zu Geschlecht, Alter und dem höchsten Schulabschluss gestellt.

Weiter geht es dann mit dem höchsten Schulabschluss der Mutter und des Vaters, welche zur Beantwortung der zweiten Forschungsfrage unerlässlich sind. Zum Schluss steht die Frage nach dem überwiegenden Wohnort der Jugendlichen. Hierbei handelt es sich um geschlossene Fragen, bei denen die Antwortmöglichkeiten vorgegeben werden.

Um meine Forschungsfragen zu beantworten, habe ich auf die Ermittlung von Fakten abgezielt. Meinungen oder persönliche Einstellungen und Motive waren nicht notwendig. Daher wurde im gesamten Fragebogen auf offene Fragen verzichtet.

Im zweiten Teil wurden die Probanden gebeten, die Häufigkeit der Nutzung folgender Medien bekannt zu geben: Fernsehen, Radio, Zeitungen, Zeitschriften, Bücher, Computer (Internet) und Smartphone. Diese Reihung orientiert sich an der Studienreihe „Jugend, Information (Multi-)Media“ (JIM). Wie oben bereits beschrieben, sammelt die zur Enquete-Kommission gehörige Studienreihe des Forschungsverbunds Südwest seit 1998 kontinuierlich repräsentative Daten zum Medienumgang der Jugendlichen zwischen zwölf und neunzehn Jahren in Deutschland.

Im Fragebogen wurden die Nutzung der Medien „zum Zeitvertreib“ und die Nutzung der Medien „um sich zu informieren“ tabellarisch getrennt. Laut Bosshart (2007, S. 18) bezieht sich der Nutzwert von Information auf Wissenszuwachs und Relevanz, sowie Verlässlichkeit für die

informationsverarbeitenden Individuen, während Unterhaltung die Verarbeitung eines positiv gedeuteten Inputs oder Erlebnisses darstellt.

So fällt zum Beispiel das Lesen von Online-Zeitungen in die Kategorie „Nutzung von Computer (Internet) um sich zu informieren“. Selbiges gilt für die Kategorie „Nutzung vom Smartphone um sich zu informieren“. Das Konsumieren von unterhaltsamen Online-Videos beziehungsweise das Spielen von Videospielen würde unter den Punkt „Nutzung zum Zeitvertreib“ fallen.

Es wird angenommen, dass die Probanden fähig sind, diese Unterscheidung selbständig vorzunehmen. Auch aus Gründen der Übersichtlichkeit wurde dies im Fragebogen selbst nicht näher ausgeführt.

Im dritten und vierten Teil wurde die Abfrage der Nutzung jeweils für die Mutter und den Vater wiederholt. Zusätzlich gab ich den Probanden die Möglichkeit, „weiß nicht“ anzukreuzen, um „Nicht-Antworte“ später möglichst schnell zu erfassen und eine Verfälschung der Antworten zu vermeiden.

Laut Braun (2014, S. 45) hängt die Aneignung des Medienrepertoires vor allem von der Vorbildfunktion der Eltern ab. Diese Vorbildfunktion lässt sich von den Jugendlichen besser einschätzen als von den Eltern, daher wurden die Probanden gebeten, die Mediennutzung ihrer Eltern selbst einzuschätzen.

Im letzten Teil wurden die Variablen, welche notwendig sind um die Forschungsfragen zu beantworten, operationalisiert. Forschungsfrage drei beschäftigt sich mit dem Bereich Medienkunde aus dem Bielefelder Medienkompetenzmodell. Hierfür sind die Variablen Zugang zu Medien und technische Fertigkeiten im Umgang mit Medien wichtig. Daher sollen

die Probanden angeben, ob in ihrem Haushalt ein Zeitungsabonnement, sowie mindestens ein Fernseher, ein PC mit Internetzugang und ein Smartphone vorhanden sind.

Weiters wird abgefragt, ob Mutter und Vater gut mit technologischen Geräten umgehen können. Die wichtigste Variable zur Beantwortung von Forschungsfrage zwei stellt der Begriff der Ko-Kommunikation da, also die Möglichkeit der Jugendlichen zur Diskussion mit relevanten Partnern über das in den Medien gelesene, Gesehene oder Gehörte. Einige Fragen zielen darauf ab zu erfahren, ob nach dem Medienkonsum Kommunikation stattfindet. Zusätzlich wird gefragt, ob Jugendliche vorwiegend Zeitungen lesen, die Vater und Mutter auch nutzen oder ob Eltern Internetseiten besuchen, welche von ihren Kindern empfohlen werden.

Die elterliche Beeinflussung des Mediennutzungsverhaltens hängt laut Westerik et al. (2007, S. 393 – 396) auch mit der Kontrolle des Zugangs zu Medien zusammen. Dies wurde ebenfalls im Fragebogen berücksichtigt. Auch im letzten Teil wurde mit einer fünfstufigen Skala gearbeitet.

Im Nachhinein war dies für die Auswertung eher hinderlich, denn es handelt sich eigentlich um einfache Ja/Nein Fragen. Leider ist dieser Fehler auch im Pretest nicht aufgefallen.

Bevor ein Fragebogen zur Befragung einer größeren Stichprobe eingesetzt wird, ist ein Pretest notwendig. Dabei soll eine kleine Zahl von Personen befragt werden, welche Auskunft über die Verständlichkeit der Items gibt und Probleme bei der Beantwortung mitteilen.

(Mummendey & Grau, 2008, S. 90)

Zudem werden hier auch Informationen über die Zeitdauer der Befragung, das Interesse der Befragten an der Thematik, sowie über die Häufigkeitsverteilungen der Antworten gewonnen.

(Mummendey & Grau, 2008, S. 90)

Das nun folgende Kapitel beschäftigt sich mit der Überprüfung der Tauglichkeit des Erhebungsinstruments, sowie mit der eigentlichen Durchführung der empirischen Studie.

2. Durchführung

Um die Tauglichkeit des für die Befragung entwickelten Erhebungsinstruments zu überprüfen, wurde es im April 2015 einem Pretest unterzogen. Der Fragebogen wurde zu diesem Zweck in einer ersten Fassung drei weiblichen und einem männlichen AHS-Schüler im Alter von 15 und 16 Jahren, aus dem Bekanntenkreis, vorgelegt.

Der Pretest wurde vorwiegend dazu genutzt, die allgemeine Verständlichkeit der Frage- und Itemformulierung bei der Zielgruppe zu überprüfen. Die Jugendlichen wurden explizit beim Ausfüllen dazu ermuntert, sich bei Verständnisproblemen sofort zu melden. Entsprechende Änderungen wurden dabei festgehalten und später als Grundlage für die inhaltliche und methodische Überarbeitung des Fragebogens herangezogen.

Im Anschluss daran wurde der Fragebogen adaptiert, sowohl in seiner Länge, als auch bezüglich einiger Formulierungen. So wurde zum Beispiel erkannt, dass die Mediennutzung der Mutter und des Vaters in getrennten Tabellen erfasst werden musste, da die Probanden aufgrund der ursprünglichen Form die Übersicht verloren haben.

Bei einem positiven Gespräch mit der Direktorin der Handelsakademie Maygasse Wien 13 Ende Juni 2015, wurde ein Schreiben an den Stadtschulrat verfasst. Dieser meldete sich in wenigen Tagen mit einer positiven Antwort.

Nach einem weiteren Gespräch mit der Direktorin wurde vereinbart, dass die Befragung nach den Sommerferien 2015 stattfinden sollte. Im Herbst

jedoch, nach dem dritten Gespräch mit der Direktorin, wurde mir eröffnet, dass ich nur Schüler und Schülerinnen der fünften Klassen befragen darf.

Obwohl im Vorhinein ein klares Konzept vorgelegt wurde und darin auch eine Einverständniserklärung der Eltern für minderjährige Schüler und Schülerinnen enthalten war, wäre meine Befragung für die Schule eine „zu große Belastung“. So konnten in einer ersten Befragungswelle nur insgesamt 30 Fragebögen eingesammelt werden.

Um trotzdem signifikante Aussagen über meine Grundgesamtheit treffen zu können, wurde zusätzlich zum schriftlichen Fragebogen ein Online-Fragebogen entworfen, welcher dieselben Fragen enthielt. Erstellt wurde dieser mit Hilfe der Plattform www.surveymonkey.com. Um die Kosten gering zu halten, wurde der Fragebogen nur in den Monaten Oktober 2015 bis Februar 2016 online gestellt.

Erst konnte ich mittels Facebook Bekannte und Freunde im Zielgruppenalter mobilisieren, den Link zu dem Fragebogen wiederum an ihre Freunde und Bekannte im Zielgruppenalter weiterzuleiten. Zusätzlich startete ich mehrere Aufrufe in folgenden Foren „Treffpunkt Kaltenleutgeben“, „Miteinander für Laab“, „Young Generation Laab im Walde“, sowie „Breitenfurt Aktuell“. Aufgrund meiner Tätigkeit bei den Niederösterreichischen Nachrichten als Redakteurin für den Wiener Wald, bin ich in diesen Gemeinden bekannt und konnte so ebenfalls einige Probanden mobilisieren.

Weitere Aufrufe an meine jüngeren Mitstudenten startete ich in den Foren „Publizistik- und Kommunikationswissenschaften – Uni Wien“ und „Publizistik Erfahrungsaustausch“. Ende Februar 2016 konnten somit insgesamt 46 Fragebögen gesammelt werden.

Zusätzlich weitergeholfen hat mir die Feuerwehrjugend Kaltenleutgeben, welche mir einen Abend zur Verfügung gestellt haben, um meine Fragebögen zu verteilen. Die größte Hilfe waren jedoch die Kontakte meiner Mutter, welche in einem Wiener Kindergarten tätig ist. Dank ihrer Kolleginnen sowie den ehemaligen Kindergartenkindern und deren Freunde, Geschwister und Bekannte konnte der Großteil der Fragebögen ausgefüllt und eingesammelt werden.

Die letzten 20 Fragebögen stammten im Februar 2016 von der Schwester meines Freundes, welche zu der Zeit die siebte Klasse des Gymnasiums in der Wenzgasse im 13. Bezirk besuchte. So konnten nun insgesamt 182 Fragebögen lukriert werden. Aus Mangel an weiteren Kontakten innerhalb der Zielgruppe fanden die Auswertung und die Beantwortung der Fragebögen nun auf Basis dieser Stichprobe statt.

In einem weiteren Schritt wurden die gesammelten Daten in das Programm SPSS eingegeben. Dafür war es notwendig, die einzelnen Fragen und Antworten zu vercoden. In einem unausgefüllten Fragebogen wurde für jede Frage ein „Variablenname“ vergeben.

Jede mögliche Antwort bekam eine Nummer zugeteilt. Unklare oder fehlende Angaben bekamen den Wert 99 zugeteilt. Der Frageblock, welcher die persönliche Mediennutzung des Probanden betraf, ist eingeteilt in die Frage 3a) Wie oft nutzen Sie folgende Medien zum Zeitvertreib und 3b) Wie oft nutzen Sie folgende Medien, um sich zu informieren? Darunter findet man die einzelnen Medien wie Fernsehen, Radio, Zeitungen usw. Antwortkategorien der Frage 3a erhielten daher den Variablennamen ZFernsehen, ZRadio, ZZeitungen (Z = Zeitvertreib). Antwortkategorien der Frage 3b erhielten den Variablennamen IFernsehen, IRadio und IZeitungen (I = Information).

Bei den beiden Teilen, welche für Mutter und Vater vorgesehen war, wurde M oder V vor den Variablennamen gestellt, also Beispielsweise M_Z_Fernsehen für die Fernsehnutzung der Mutter zum Zeitvertreib.

Wie bereits beschrieben, diente der letzte Teil des Fragebogens dazu, die nötigen Variablen zur Beantwortung der Forschungsfragen zu operationalisieren. Daher wurden die Variablennamen auch bei der Kodierung übernommen.

Hierbei handelt es sich beispielsweise um Zeitung_Zugang (für den Zugang zu den verschiedenen Medien), Zeitung_Co1 (für die Variable der Co-Orientierung), Kontrolle_Inhalt und Kontrolle_Dauer (um festzustellen, ob Dauer und Inhalte des Medienkonsums von den Eltern überprüft werden) sowie V_Kompetenz und M_Kompetenz (um zu erfassen, ob die Eltern, nach Meinung ihrer Kinder, gut mit technologischen Geräten umgehen können).

Im nun folgenden Kapitel werden die Methode des Medienrepertoires näher vorgestellt. Zusätzlich wird die Vorgehensweise bei den multiplen Regressionsanalysen besprochen.

3. Messinstrument

3.1. Medienrepertoire

Um Aussagen über das Mediennutzungsverhalten der Jugendlichen und deren Gemeinsamkeiten oder Unterschiede auf das Verhalten der Eltern treffen zu können, soll ein Medienrepertoire beider Gruppen erstellt werden. Dieses wurde mit einfacher Häufigkeitszählung in SPSS ermittelt.

Hasebrink und Popp (2006, S. 371) betonen, dass bei der Erstellung eines Medienrepertoires der Frage nachgegangen wird, wie Rezipienten ihre Mediennutzung in einem umfassenden Raster kombinieren, um daraus ihr persönliches Medienrepertoire zu erstellen.

„Media repertoires are conceived as comprehensive patterns of media use. Empirical approaches to the analysis of patterns are, for instance, configuration frequency analysis, or, most important in the field of lifestyle research, cluster analysis.“

(Hasebrink; Popp, 2006, S. 374)

Hasebrink und Popp (2006, S. 373) führen die „Medien Nutzer Typologie“ von Oehmichen und Ridder aus dem Jahr 2003 an, bei der Rezipienten nach ihrer sozialen Position, ihrem Lebensstil und ihrer Mediennutzung eingeteilt sind.

Die systematische Beschreibung der Wechselwirkung zwischen Mediennutzung und sozialem Status generiert Handlungsmuster, welche dabei hilft, ein Medienrepertoire zu erstellen. Dies ist zudem eine Basis,

um vom individuellen Level wegzukommen und auf einen milieubasierten Level hinzusteuern. (Hasebrink; Popp, 2006, S. 374)

In einem weiteren Schritt erläutern Hasebrink und Popp (2006, S. 374) die Anwendung des Medienrepertoires in einem empirischen Kontext. Wenn man zum Beispiel den Zusammenhang zwischen zwei Medien oder Inhalten untersucht, kann eine negative Korrelation darauf hindeuten, dass die Nutzung des einen Mediums zulasten der Nutzung des anderen führt.

Eine positive Korrelation wiederum deutet darauf hin, dass die beiden Medien in einem Repertoire miteinander kombiniert werden. Wenn sich überhaupt keine Korrelation feststellen lässt, kann man beliebige Kombinationen im Medienrepertoire feststellen.

(Hasebrink; Popp, 2006, S. 374)

3.2. Regressionsanalyse

Für die Auswertung der Daten und zur Beantwortung der Forschungsfragen ist es notwendig, ein strukturprüfendes Verfahren anzuwenden, da im Vorfeld bereits Hypothesen entwickelt wurden.

Da es sich ausschließlich um metrisch skalierte Variablen handelt und neben der abhängigen Variable mehrere unabhängige Variablen bestehen, wurde die multiple Regressionsanalyse als Messinstrument ausgewählt.

Um den Einfluss der Mediennutzung der Eltern und des Alters der Jugendlichen auf deren Mediennutzung festzustellen, wurde jeweils eine Regressionsanalyse mit den Variablen ZFernsehen, ZRadio, ZZeitungen, ZZeitschriften, ZInternet und ZSmartphone als AV, sowie

M_Z_Fernsehen, M_Z_Radio, M_Z_Zeitungen, M_Z_Zeitschriften, M_Z_Internet, M_Z_Smartphone, V_Z_Fernsehen, V_Z_Radio, V_Z_Zeitungen, V_Z_Zeitschriften, V_Z_Internet, V_Z_Smartphone und Alter durchgeführt. Dieselbe Vorgehensweise fand in einem weiteren Schritt für die „Mediennutzung zur Information“ definierten Variablen statt.

Um festzustellen, ob die Variable Ko-Kommunikation, sowie der Bildungsgrad der Eltern einen Einfluss auf das Mediennutzungsverhalten der Jugendlichen hat, wurden drei Regressionsanalysen mit den abhängigen Variablen IFernsehen, IZeitung und IInternet durchgeführt.

Die unabhängigen Variablen waren Fernsehen_Ko1 und 2, Zeitung_Ko1 und 2, Internet_Ko 1 und 2 sowie Bildungsgrad. Die Auswahl der Variablen leitete sich aus den formulierten Fragestellungen im Fragebogen ab. Die Mediennutzung zum Zeitvertreib wurde dabei nicht berücksichtigt.

Für die Erhebung des Einflusses der Medienkompetenz der Eltern auf das Medienverhalten der Jugendlichen wurden die abhängigen Variablen I und ZSmartphone, I und ZComputer, sowie I und ZZeitung für drei Regressionsanalysen verwendet.

Die unabhängigen Variablen waren V_Kompetenz, M_Kompetenz, Technik_Zugang, Zeitung_Zugang, Kontrolle_Dauer und Kontrolle_Inhalt. Diese Variablen ergaben sich aus der Definition für Medienkompetenz vom Bielefelder Medienkompetenzmodell.

Die Tests zur Voraussetzung der Daten zur Durchführung multipler Regressionsanalysen ergaben, dass die Normalverteilungsannahmen weitgehend zutrafen. War dies nicht der Fall, dann hatte es nur geringe Auswirkungen auf das tatsächliche Analyseergebnis.

Die Linearitätsannahmen waren in nahezu allen Fällen gegeben. Die Teilbereiche bei denen dies nicht zutraf, waren aber für diese Arbeit von geringer Bedeutung und wurden daher ignoriert.

Homoskedastizität lag ebenfalls bei allen relevanten Variablen vor. Die Auswertung der Scatter-Plots hat gezeigt, dass die steigenden Werte der unabhängigen Variablen keine größere Streuung bei den Werten der abhängigen Variablen bewirken.

Zusätzlich wurde für alle Regressionsanalysen der Durbin-Watson-Test durchgeführt. Jede Analyse lag knapp unter oder knapp über dem Wert zwei und bedeutet daher, dass keine Autokorrelation vorliegt.

C. Ergebnis Teil

1. Auswertung

In diesem Kapitel folgt die Auswertung der durch den Fragebogen gewonnen Daten. In einem ersten Schritt werden die demographischen Merkmale der Stichprobe vorgestellt. Weiters wird ein erstes Bild des Medienrepertoires der Jugendlichen, der Mutter und des Vaters gezeichnet.

1.1. Demographische Daten

Die Stichprobe besteht aus 59,9 Prozent weiblichen und 40,1 Prozent männlichen Probanden. Die Mehrheit (63,2 Prozent) ist zwischen 17 und 19 Jahre alt und gab Gymnasium (68,1 Prozent) als höchsten Schulabschluss an.

	<i>Häufigkeit</i>	<i>Prozent</i>
14 – 16 Jahre	41	22,5
17 – 19 Jahre	115	63,2
Über 20 Jahre	26	14,3
Gesamt	182	100

Abbildung 4

Die Mehrheit der Mütter (34,6 Prozent), sowie der Väter (37,4 Prozent) besitzen einen Universitäts- oder Fachhochschulabschluss, gefolgt von einem Abschluss an einer berufsbildenden Schule (Mütter: 17 Prozent, Väter: 13,7 Prozent).

Die Eltern der wenigsten Probanden besitzen einen Handelsakademieabschluss (Mütter: 4,9 Prozent, Väter: 3,3 Prozent). Bei der Frage nach der Wohnsituation gab die Mehrheit der befragten Jugendlichen an, bei Mutter und Vater zu wohnen (68,1 Prozent). 16,5 Prozent wohnen bei der Mutter und nur 2,7 Prozent wohnen bei ihrem Vater.

1.2. Medienrepertoire der Jugendlichen

Aus der Theorie lies sich bereits erkennen, dass das Internet bei der Freizeitgestaltung Jugendlicher den größten Stellenwert einnimmt. Auch in der vorliegenden Stichprobe gab eine Mehrheit von 51,1 Prozent an, den PC und das Internet sehr oft zum Zeitvertreib zu nutzen.

Die Smartphonennutzung zum Zeitvertreib der Probanden nimmt jedoch mit 73,1 Prozent Platz eins im Medienrepertoire ein. Das Fernsehen wurde, wie zu erwarten, auf Platz drei verdrängt. Nur 11 Prozent nutzen es sehr oft zum Zeitvertreib.

Die Mehrheit (29,1 Prozent) konsumiert aber immerhin häufig Fernsehinhalte zum Zeitvertreib. 22,5 Prozent lesen gelegentlich Bücher, dieselbe Prozentanzahl nutzen Bücher häufig zum Zeitvertreib. Nur eine Minderheit nutzen Radio (6,6 Prozent), Zeitung (2,2 Prozent) und Zeitschriften (1,1 Prozent) sehr oft zum Zeitvertreib, womit sich diese Medien die letzten Plätze teilen.

	Medium	Häufigkeit	Prozent
Sehr oft	Smartphone	133	73,1
Sehr oft	PC/Internet	93	51,1
Häufig	Fernsehen	53	29,1
Häufig	Bücher	41	22,5
Sehr oft	Radio	12	6,6
Sehr oft	Zeitung	4	2,2
Sehr oft	Zeitschriften	2	1,1

Abbildung 5

Die Mehrheit von 67,6 Prozent der Probanden nutzt den PC sehr oft, um an Informationen zu gelangen, dicht gefolgt vom Smartphone mit 67 Prozent. Platz drei belegt die Zeitung mit einer häufigen Nutzung zur Information von 29,7 Prozent. Somit überholt das Medium in der Stichprobe das Fernsehen, welches mit 25,3 Prozent häufig zur Information genutzt wird.

Radio, Bücher und Zeitschriften wiederum werden nur von 9,9 Prozent, 8,2 Prozent, beziehungsweise 2,2 Prozent sehr oft zur Informationsbeschaffung genutzt.

1.2. Medienrepertoire der Mutter

Im Medienrepertoire der Mutter nimmt das Lesen von Büchern bei der Nutzung zum Zeitvertreib den ersten Platz ein. 24,2 Prozent der Probanden gaben an, dass ihre Mutter sehr oft Bücher liest. Zur Zeitung greifen 27,5 Prozent häufig. 26,4 Prozent hören häufig Radio.

Das Fernsehen nimmt, nach Meinung der Probanden, mit einer gelegentlichen Nutzung von 30,8 Prozent keinen großen Stellenwert im Medienrepertoire der Mutter ein. Die Mehrheit von 27,5 Prozent der Probanden gibt an, dass ihre Mutter gelegentlich zum Zeitvertreib eine Zeitschrift liest. PC und Smartphone teilen sich im Medienranking die letzten Plätze, wobei der PC mit einer seltenen Nutzung von 21,4 Prozent vor dem Smartphone liegt. 26,9 Prozent der Mütter greifen in ihrer Freizeit nie zum Zeitvertreib nach dem Gerät.

	<i>Medium</i>	<i>Häufigkeit</i>	<i>Prozent</i>
Sehr oft	Bücher	44	24,2
Häufig	Zeitung	50	27,5
Häufig	Radio	48	26,4
Gelegentlich	Fernsehen	56	30,8
Gelegentlich	Zeitschriften	50	27,5
Selten	PC	39	21,4
Nie	Smartphone	49	26,9

Abbildung 6

Bei der Informationsbeschaffung nimmt die Zeitung den größten Stellenwert im Medienrepertoire der Mutter ein. 35,2 Prozent der Probanden gaben an, dass ihre Mutter das Medium sehr oft nutzt.

Auf Platz zwei befindet sich mit 29,7 Prozent das Fernsehen. Häufig genutzt werden das Radio mit 25,3 Prozent, sowie der PC beziehungsweise das Internet mit 23,6 Prozent. Nur 14,8 Prozent und 7,1 Prozent geben an, dass ihre Mütter Bücher und Zeitschriften sehr oft zur Informationsbeschaffung nutzen. Die Mehrheit der Mütter (26,9 Prozent) greift nie zum Smartphone, um sich zu informieren.

1.3. Medienrepertoire des Vaters

Der Fernseher nimmt im Gegensatz zum Medienrepertoire der Mutter einen größeren Stellenwert in der Nutzung zum Zeitvertreib bei den Vätern ein. 29,1 Prozent geben an, dass sehr oft ferngesehen wird. Dieses Medium wird dicht gefolgt vom PC beziehungsweise dem Internet. 28 Prozent der Väter nutzen diese sehr oft.

26,4 Prozent geben an, dass ihr Vater Zeitungen zum Zeitvertreib nutzt. Eher seltener wird Radio gehört (25,3 Prozent) oder zum Buch gegriffen (22 Prozent). Die letzten Plätze im Medienrepertoire des Vaters teilen sich Zeitschriften (29,7 Prozent) und Smartphone (25,3 Prozent), welche laut Angaben der Probanden nie genutzt werden.

	Medium	Häufigkeit	Prozent
Sehr oft	Fernsehen	53	29,1
Sehr oft	PC/Internet	51	28
Sehr oft	Zeitung	48	26,4
Selten	Radio	46	25,3
Selten	Bücher	40	22
Nie	Zeitschriften	54	29,7
Nie	Smartphone	46	25,3

Abbildung 7

Genau wie bei der Mutter, nimmt die Zeitung bei der Informationsbeschaffung im Medienrepertoire der Väter den höchsten Stellenwert ein. 44 Prozent der Probanden gaben an, dass ihr Vater dieses Medium sehr oft nutzt.

Ebenso wie Mütter, nutzen auch Väter das Fernsehen sehr oft (35,7 Prozent). Auch der PC bzw. Internet und das Smartphone sind wichtige Medien für die Informationsbeschaffung der Väter. 34,1 Prozent nutzen den PC sehr oft und 24,2 Prozent das Smartphone.

Nur 23,1 Prozent der Väter schalten das Radio gelegentlich ein, wenn sie an Informationen gelangen wollen. Zeitschriften (24,7 Prozent) und Bücher (23,1 Prozent) teilen sich die letzten Plätze. Diese Medien werden nie von Vätern zur Informationsbeschaffung herangezogen.

2. Analyse

In diesem Kapitel wird versucht, die gewonnenen Daten im Hinblick auf die in dieser Arbeit aufgestellten Hypothesen zu analysieren. Besonderes Augenmerk wird dabei, wie bereits erwähnt, auf die Variablen „Alter“, „Ko-Kommunikation“ und „Medienkompetenz“ gelegt.

2.1. Alter und Mediennutzung

Um den Einfluss des Alters der Jugendlichen und die Mediennutzung der Eltern auf das Mediennutzungsverhalten der Jugendlichen zu untersuchen, wurden, wie oben bereits erwähnt, mehrere multiple Regressionsanalysen durchgeführt.

Ein signifikanter Zusammenhang zwischen der Nutzung des Probanden, dem Alter der Jugendlichen (Sig. = 0,000) und der Nutzung der Mutter (Sig. = 0,008) ergab sich bei der Computernutzung zur Information.

Bei der Smartphonennutzung zur Information ergab die Regressionsanalyse einen hohen Signifikanzwert bei der Nutzung der Mutter (Sig. = 0,006). Das Alter hat mit einem Wert von 0,059 streng genommen keinen signifikanten Einfluss, soll an dieser Stelle aber nicht unerwähnt bleiben.

Bei der Smartphonennutzung zum Zeitvertreib wiederum, spielt das Alter (Sig. = 0,033) sehr wohl eine zentrale Rolle. Zwar hat die Nutzung des Vaters einen besseren Wert (Sig. = 0,089) als jene der Mutter, diese hat aber keinen Einfluss darauf, ob die Jugendlichen in ihrer Freizeit zum Smartphone greifen.

Bei der Fernsehnutzung zum Zeitvertreib hat die Mutter den größten Einfluss auf ihre Kinder (Sig. = 0,000). 48,7 Prozent der Abweichung konnten erklärt werden. Mit einem Signifikanzwert von 0,001 haben Väter bei der Fernsehnutzung zur Information mehr Einfluss auf ihre Kinder, als das Alter oder die Nutzung der Mütter.

Auch bei der Radionutzung zum Zeitvertreib spielen die Väter eine größere Rolle (Sig. = 0,031). Bei der Frage nach der Radionutzung zur Information jedoch, haben die Mütter mit 0,000 einen signifikanten Einfluss. Dies gilt ebenfalls für die Zeitungsnutzung zur Information (Sig. = 0,001).

Bei der Computernutzung zum Zeitvertreib spielt der Vater eine größere Rolle (Sig. = 0,006). Ebenso wie bei der Smartphonennutzung zur Information, hat das Alter bei der Büchernutzung zum Zeitvertreib statistisch gesehen keine Signifikanz (Sig. = 0,057), soll aber ebenfalls nicht unerwähnt bleiben.

Kein Einfluss der unabhängigen Variablen ergab sich bei der Zeitungsnutzung zum Zeitvertreib, der Zeitschriftennutzung zum Zeitvertreib und zur Information, sowie der Büchernutzung zur Information.

2.2. Ko-Kommunikation und Mediennutzung

29,7 Prozent der Probanden gaben an, dass sie gemeinsam mit den Eltern die Nachrichten im Fernsehen ansehen. Bei 24,7 Prozent findet eine häufige Kommunikation über das Gesehene. 25,3 Prozent unterhalten sich gelegentlich mit ihrem Mutter oder ihrem Vater über das Gelesene in der Zeitung.

Nur 2,7 Prozent der Probanden gaben an, dass sich ihre Eltern für Internetseiten interessieren, welche die Jugendlichen ebenfalls nutzen. Die Mehrheit (33,5 Prozent) interessiert sich selten dafür. Die Mehrheit (31,3 Prozent) gibt an, dass sie ihren Eltern nie bestimmte Internetseiten empfehlen.

Einen signifikanten Zusammenhang zwischen dem Bildungsgrad der Eltern und der Mediennutzung der Jugendlichen lässt sich bei keinen der untersuchten Variablen feststellen.

Ob Jugendliche mit deren Eltern die Nachrichten im Fernsehen ansehen ergab einen Signifikanzwert von 0,002. Auch die Frage, ob vorwiegend Zeitungen gelesen werden, welche von Müttern und Vätern ebenfalls konsumiert werden, ergab einen Wert von 0,001.

Keinen Einfluss jedoch hat die Variable der Ko-Kommunikation bei der Zeitung. Ob sich Jugendliche mit deren Eltern über die Nachrichten im Fernsehen unterhalten, hat ebenfalls keinen Einfluss auf das Mediennutzungsverhalten. Das Internet spielt in Bezug zum Thema Ko-Kommunikation und Mediennutzung ebenfalls keine Rolle in der Stichprobe.

Werden zusätzlich noch die Mediennutzungsgewohnheiten der Eltern in die Analyse miteinbezogen, so ergibt sich bei der Zeitungsnutzung der Mutter zur Information ein Signifikanzwert von 0,002. Die Nutzung des Vaters wird beim Fernsehen mit 0,002 relevant.

Bei PC und Internet spielt die Konsumation der Mutter mit 0,019 eine relevante Rolle. Die Gewohnheiten des Vaters sind hier mit 0,083 zwar nicht relevant, sollen aber an dieser Stelle nicht unerwähnt bleiben.

2.3. Medienkompetenz und Mediennutzung

Die Familien von etwas weniger als die Hälfte aller Befragten (47,8 Prozent) haben mindestens eine Zeitung abonniert. 86,8 Prozent haben Zugang zu mindestens einem Fernseher, einem PC mit Internetzugang und zu einem Smartphone.

Die Probanden schätzen die Fähigkeit ihres Vaters mit technologischen Geräten wie PC, Smartphone oder Tablet umzugehen, höher ein (38,5 Prozent sehr zutreffend), als jene der Mutter (7,1 Prozent sehr zutreffend).

Die Kontrolle von Inhalt und der Dauer der Konsumation von Internet und Fernsehen durch die Eltern trifft bei der Mehrheit der Befragten nie zu.

Ob der Vater gut mit technologischen Geräten umgehen kann, ergab keinen signifikanten Einfluss auf das Mediennutzungsverhalten der Jugendlichen. Ebenso verhält es sich mit der elterlichen Kontrolle der Dauer und des Inhalts der untersuchten Medien. Die Fähigkeit der Mutter jedoch, wirkt sich mit einem Signifikanzwert von 0,044 auf das Mediennutzungsverhalten der Jugendlichen aus.

Die Möglichkeit des Zugangs zu Zeitungen und PC, hat mit einem Signifikanzwert von 0,016 Einfluss auf die Zeitungsnutzung, sowie die PC- und Internetnutzung zur Information. Auf die Fernsehnutzung zur Information trifft dies jedoch nicht zu. Knapp signifikant ist die Smartphonennutzung zum Zeitvertreib mit einem Wert von 0,054. Es wird vermutet, dass es bei einer größeren Stichprobe zu einer Signifikanz käme.

Genauso wie bei der Untersuchung zur Ko-Kommunikation spielen die Nutzungsgewohnheiten der Eltern stellenweise eine signifikante Rolle. Dies ist bei der Computernutzung der Mutter zur Information (Sig. = 0,002) der Fall. Der Vater hat mit 0,081 zwar keinen signifikanten Einfluss, soll aber trotzdem erwähnt werden.

Bei der Computer- und Internetnutzung zum Zeitvertreib ist es der Vater (Sig. = 0,010), welcher Einfluss auf seine Kinder hat, während bei der Smartphonennutzung zur Information (Sig. = 0,011) die Mutter eher eine Rolle spielt. Bei der Smartphonennutzung zum Zeitvertreib ergab sich beim Vater ein Signifikanzwert von 0,086.

Die Fernsehnutzung des Vaters zur Information wirkt sich mit 0,001 signifikant auf die Jugendlichen aus, während die Nutzung der Mutter nur einen Wert von 0,069 ergab.

Bei der Fernsehnutzung zum Zeitvertreib hingegen spielen beide Elternteile eine signifikante Rolle. Bei der Mutter ergab sich ein Wert von 0,052 und beim Vater ein Signifikanzwert von 0,033.

Bei der Zeitungsnutzung zur Information beeinflusst nur die Mutter (Sig. = 0,002) ihre Kinder signifikant.

3. Ergebnisse

Im nun Folgenden lassen sich die gewonnenen Erkenntnisse aus dem Vergleich der Medienrepertoires finden. Gemeinsamkeiten und Unterschiede werden besprochen und den Aussagen der JIM-Studie gegenübergestellt.

3.1. Medienrepertoire Gemeinsamkeiten und Unterschiede

Die Ergebnisse aus der Stichprobe bestätigen die Erkenntnisse aus der JIM-Studie. Bei den befragten Jugendlichen, welche, wie bereits erwähnt zwischen 14 und 20 Jahren alt sind, liegt das Smartphone und die PC bzw. Internetnutzung in der Freizeitgestaltung an erster Stelle.

Dies ergibt einen großen Unterschied zwischen den Medienrepertoires der Jugendlichen und jenen der Mutter, bei denen sich das Smartphone und der PC bzw. das Internet auf den letzten Plätzen befinden.

Die Väter hingegen räumen dem Internet denselben Stellenwert ein wie ihre Kinder. Laut Van Eimeren und Frees (2014) wird erwähnt, dass das Potential der Internet- und Smartphonennutzung bei den jüngeren Altersgruppen weitgehend erschöpft ist und das künftige Wachstum aus der älteren Generation hervorgeht. Auch diese Aussage deckt sich mit den Ergebnissen der Stichprobe.

Das Fernsehen nimmt laut JIM-Studie immer noch einen großen Stellenwert im Medienkonsum der Jugendlichen ein, jedoch ist dieser rückläufig (Feierabend & Rathgeb, 2013, S. 13 ff). Auch bei den befragten Jugendlichen steht das Fernsehen zum Zeitvertreib auf Platz drei. Väter

erachten Fernsehen als sehr wichtig, während im Medienrepertoire der Mütter das Fernsehen einen geringen Stellenwert einnimmt.

Auffallend ist, dass vor allem Zeitschriften in allen drei Medienrepertoires auf den letzten Plätzen rangieren. Die Nutzung von Büchern deckt sich eher mit jener der Väter. Bei den Jugendlichen haben diese Platz vier und bei den Vätern Platz fünf inne. In der Stichprobe liest die Mehrheit der Mütter sehr oft Bücher zum Zeitvertreib.

Dieselbe Feststellung gilt beim Medium Radio. Während für die Väter und die Jugendlichen das Radio eher unwichtig in der Freizeitgestaltung ist, belegt es im Medienrepertoire der Mutter Platz drei. Bei der Nutzung von Zeitungen zum Zeitvertreib unterscheiden sich die Jugendlichen stark von ihren Eltern. Bei den Jugendlichen belegt das Medium Platz sechs, während die Zeitung bei den Eltern in den ersten drei Plätzen vorhanden ist.

Bei den Medienrepertoires zur Information ist allen drei gemein, dass sich Bücher und Zeitschriften auf den letzten Plätzen befinden. Das Radio befindet sich bei den Vätern und den Jugendlichen ebenfalls auf den letzten Plätzen. Mütter werden bei ihrer Suche nach Informationen eher beim Medium Radio fündig.

Wie schon aus der JIM-Studie herauszulesen ist und hier bereits mehrfach erwähnt wurde, hat das Smartphone und der PC bzw. das Internet einen großen Stellenwert im Medienrepertoire der Jugendlichen inne. Dies trifft auch bei der Nutzung zur Information zu. Bei den Vätern belegt der PC und das Internet Platz drei und das Smartphone Platz vier. Mütter beschäftigen sich eher mit dem PC und dem Internet als dem Smartphone, welches in deren Medienrepertoire den letzten Platz einnimmt.

Zwar behauptet Raeymaeckers (2007, S. 223) in seinem Artikel, dass Jugendliche nicht genügend Hintergrundwissen haben, um einen angemessenen Bezugsrahmen zum Verständnis der Nachrichten in Zeitungen zu entwickeln, in meiner Stichprobe belegt die Zeitungsnutzung zur Information bei Jugendlichen jedoch immerhin Platz drei. Auch im Medienrepertoire der Eltern rangiert die Zeitung auf den vorderen Plätzen.

Allgemein ist nun zu sagen, dass das Medienrepertoire der Jugendlichen im Vergleich mit jenem der Eltern eher mehr Unterschiede als Gemeinsamkeiten aufweist. Obwohl zu erkennen ist, dass sich im Medienrepertoire der Väter mehr Gemeinsamkeiten finden lassen, als im Repertoire der Mütter.

Im Folgenden Kapitel wird nun versucht, die zuvor formulierten Forschungsfragen zu beantworten. Anhand der Ergebnisse der Analyse sollen die Hypothesen verifiziert oder falsifiziert und einige der Gründe dieser Unterschiede in den Medienrepertoires anhand der Faktoren Ko-Kommunikation, Bildungsgrad, Alter und Medienkompetenz aufgezeigt werden.

3.2. Beantwortung der Forschungsfragen

FF1: Adaptieren Jugendliche das Mediennutzungsverhalten ihrer Eltern?

H1: Je mehr das Alter der Jugendlichen eine Rolle bei der elterlichen Beeinflussung des Mediennutzungsverhaltens spielt, desto eher adaptieren sie das Medienrepertoire der Eltern.

Das Alter spielt bei der Adaption des Medienrepertoires der Eltern vor allem bei der Computernutzung zur Information und bei der Smartphonennutzung zum Zeitvertreib eine signifikante Rolle. Je älter die Jugendlichen in der Stichprobe sind, desto mehr beschäftigen sie sich mit diesen Medien.

Das Medienrepertoire der Mutter beeinflusst die Jugendlichen bei der Computernutzung zur Information, der Smartphonennutzung zur Information, der Fernsehnutzung zum Zeitvertreib, der Radionutzung zur Information und bei der Zeitungsnutzung zur Information. Je mehr die Mutter diese Medien heranzieht, desto eher werden diese auch in das Repertoire der Stichprobe aufgenommen.

Interessant ist, dass sich der größte Unterschied zwischen dem Medienrepertoire der Jugendlichen und jenem der Mutter bei Computernutzung und Smartphone finden lassen. Daher kann der Zusammenhang zwischen Smartphonennutzung und Computernutzung der Mutter, sowie dem Alter der Kinder nicht kausal angenommen werden.

Die Väter wiederum beeinflussen die Jugendlichen der Stichprobe bei der Smartphonennutzung zum Zeitvertreib, der Fernsehnutzung zur Information, der Radionutzung zum Zeitvertreib, sowie der Computernutzung zum Zeitvertreib signifikant. Das Alter der Kinder spielt nur bei der Smartphonennutzung zum Zeitvertreib eine Rolle. Bei der Betrachtung des Medienrepertoires des Vaters steht die Smartphonennutzung zur Unterhaltung jedoch auf dem letzten Platz.

Daher kann gesagt werden, dass das Alter der Jugendlichen keine eindeutige Rolle bei der Beeinflussung des Mediennutzungsverhaltens durch die Eltern darstellt.

FF2: Steigt der elterliche Medieneinfluss mit der Häufigkeit der Kommunikation über das Medienerlebnis zwischen Eltern und Jugendlichen?

H1: Je höher der Bildungsgrad der Eltern, desto eher wird das Medienerlebnis der Jugendlichen durch Kommunikation abgefangen.

Der Bildungsgrad der Eltern ergab bei keinem der untersuchten Medien einen signifikanten Einfluss. Jedoch hat die Möglichkeit sich über das in den Nachrichten Gesehene, sowie die Art der Zeitung welche die Eltern lesen, einen Einfluss auf das Medienrepertoire der Kinder.

Zusätzlich spielen die Zeitungsnutzung der Mutter, die Fernsehnutzung des Vaters, sowie die PC- und Internetnutzung der Mutter eine Rolle bei der Konsumation. Je mehr die Eltern diese Medien nutzen, desto eher werden sie auch von den Jugendlichen verwendet.

FF3: Besteht ein Zusammenhang zwischen der Medienkompetenz der Eltern und dem Einfluss auf das Mediennutzungsverhalten der Jugendlichen?

H1: Wenn Eltern eine geringe Medienkompetenz aufweisen, sinkt der Einfluss der elterlichen Medienbegleitung.

Die von den Kindern erlebte Medienkompetenz der Mutter scheint einen Einfluss auf das Medienrepertoire der Jugendlichen zu haben, während der Vater außer Acht gelassen wird. Weiters zeigt die Möglichkeit des Zugangs zu PC, Internet und Smartphone, sowie Zeitungen einen signifikanten Einfluss.

Interessant ist jedoch, dass das Vorhandensein eines Fernsehers keinen Einfluss auf die Nutzung des Mediums zur Information hat. Wie die Ergebnisse der JIM-Studie, sowie das erforschte Medienrepertoire der Jugendlichen aus der Stichprobe gezeigt haben, steht Fernsehen zwar immer noch an oberer Stelle, wird jedoch zunehmend von Smartphone, PC und Internet verdrängt. Jugendliche haben daher andere Möglichkeiten an Information zu gelangen, als über Sendungen im Fernsehen.

Die Mutter beeinflusst ihre Kinder bei der Computer- und Internetnutzung zur Information, bei der Smartphonennutzung zum Zeitvertreib, bei der Fernsehnutzung zum Zeitvertreib und bei der Zeitungsnutzung zur Information.

Der Vater wiederum spielt bei der Computer- und Internetnutzung zum Zeitvertreib, bei der Fernsehnutzung zur Information, sowie zum Zeitvertreib eine tragende Rolle.

4. Resümee

Das Medienrepertoire der Stichprobe deckt sich in Bezug auf die Nutzung der untersuchten Medien zum Zeitvertreib weitgehend mit jenem der Väter, während Mütter ein unterschiedliches Repertoire aufweisen.

Selbiges gilt für die Nutzung der untersuchten Medien zur Informationsbeschaffung. Zwar konnten die Erkenntnisse der JIM-Studie bestätigt werden, in Bezug auf die Problemstellung dieser Arbeit muss jedoch gesagt werden, dass das Medienrepertoire der Jugendlichen im Vergleich mit deren Eltern eher mehr Unterschiede als Gemeinsamkeiten aufweisen.

Um den Grund für diese Unterschiede zu analysieren, wurde das Alter der Jugendlichen als Variable definiert. Nach Durchsicht der Ergebnisse konnte festgestellt werden, dass das Alter der Jugendlichen keine eindeutige Rolle bei der Beeinflussung des Mediennutzungsverhaltens durch die Eltern darstellt.

Auch die Hypothese zur Forschungsfrage zwei muss falsifiziert werden. Zwar haben die Möglichkeit zur Ko-Kommunikation, sowie der Zugang zu technischen Medien und Zeitungen in der Stichprobe einen Einfluss auf das Medienrepertoire der Jugendlichen, die Höhe des Bildungsgrades der Eltern ergab jedoch keinen signifikanten Einfluss.

Obwohl sich die Nutzung des Smartphones und des Computers bzw. Internets bei den Müttern und den Jugendlichen an gegenüberliegenden Stellen im Medienranking befinden, beeinflusst vor allem die Mutter in der Mehrheit der Hypothesen ihre Kinder bei deren Nutzung zur Information. Genauso verhält es sich mit der Fernsehnutzung des Vaters zur

Information, bei der sich in allen drei Fragestellung eine Beeinflussung ergeben hat.

Auch die Fähigkeit der Mütter mit technologischen Geräten umzugehen, hat einen Einfluss auf das Verhalten der Kinder. Der Grund für diese Ergebnisse wäre eine interessante Grundlage für weiterführende Studien zu dem Thema.

Insgesamt gesehen scheint der Einfluss der Variablen trotzdem eher gering zu sein. An dieser Stelle soll jedoch angemerkt werden, dass sich die Variablen bei einer größeren Stichprobe vielleicht anders verhalten hätten, als es schlussendlich der Fall war.

Zudem entstand das gängige Hauptproblem, dass die Stichprobe ein überdurchschnittlich hohes Bildungsniveau aufweist. Der Grund dafür ist, dass sich im Umfeld größtenteils ebenfalls Studenten befanden, welche an der Studie teilnahmen und auch sonst das soziale Umfeld allgemein einen tendenziell höheren Bildungsstand aufweist.

Weiters ist anzumerken, dass aufgrund von besserer Erreichbarkeit die Jugendlichen gebeten wurden, das Mediennutzungsverhalten ihrer Eltern selbst einzuschätzen. Durch diese Selbsteinschätzung ist es möglich, dass deren Antworten nicht immer unbedingt realistisch sein müssen.

In Bezug auf das Medienrepertoire kann noch gesagt werden, dass laut Hasebrink und Popp (2006) eine negative Korrelation zwischen zwei Medien darauf hindeuten kann, dass die Nutzung des einen Mediums zulasten des anderen führt, während eine positive Korrelation bedeuten kann, dass die beiden Medien in einem Repertoire miteinander kombiniert werden. Lässt sich überhaupt keine Korrelation feststellen, können beliebige Kombinationen entstehen.

Im Nachhinein betrachtet, war die Verwendung von vielen einzelnen Variablen auf Dauer sehr nervenaufreibend. Diese in übergeordneten Skalen so zusammenzufassen, dass man greifbare Ergebnisse erhält, hätte das Verständnis erleichtert und die Komplexität gesenkt.

Zusätzlich sorgte leider vor allem die Länge der Beschriftung der Variablen beim Durchrechnen der Regressionsanalysen immer wieder für Verwirrung.

Ebenso erscheinen die Forschungsfragen und Hypothesen, nach einer kritischen Betrachtung der Arbeit, zu unübersichtlich aufgebaut. Weniger komplexe Denkmuster hätten hier Abhilfe verschafft.

So wäre bei Forschungsfrage zwei nur zu zeigen gewesen, dass mit steigendem elterlichen Bildungsgrad die Kommunikation über konsumierte Medien zunimmt. In einem weiteren Schritt sollte untersucht werden, ob dieser einen Einfluss auf das Medienverhalten Jugendlicher hat.

Hier kann man die Variable „Bildung“ als Kovariat verstehen, da damit zu rechnen ist, dass in bildungshöheren Schichten mehr kommuniziert wird. Die Beschränkung der Hypothese auf die Mediennutzung zur Infogewinnung wäre von Vorteil gewesen.

Aus der Theorie lässt sich an mehreren Stellen herauslesen, dass die Rolle von Medien im Gesamtkontext von Sozialisationsprozessen zu sehen ist (Hasebrink und Kulterer, 2014, S.29) und dass die Mediennutzung von Kindern und Jugendlichen nur dann angemessen verstanden werden kann, wenn die Strukturen und Bedingungen des Aufwachsens mitberücksichtigt werden. (Hoffmann, 2011, S. 58)

Die Autorin zeigt in diesem Zusammenhang die Grenzen des Modells der strukturanalytischen Rezeptionsforschung auf, welches sich die Annahmen bezüglich der Ko-Kommunikation beziehen.

Mediennutzung muss als Prozess aufgefasst werden, der im Zusammenhang mit dem Alltagsgeschehen und im Kontext von Entwicklungsbewältigung stattfindet. Der soziale Hintergrund der Stichprobe fehlt in dieser Arbeit und wurde nur oberflächlich mittels der demographischen Merkmale abgedeckt.

Paus-Hasebrink und Kulterer (2014, S. 27) kritisieren, dass Jugendliche und deren Umgang mit Medien in den allgemeinen Sozialisationstheorien immer noch keine adäquate Rolle spielen und dass deren Beschäftigung mit Medien so zu einem Randphänomen der empirischen Sozialforschung verkommt.

Diese Arbeit soll einen Beitrag dazu leisten, die Mediennutzung Jugendlicher als wichtigen Teil der Sozialwissenschaften anzusehen und dazu anregen, sich in weiterer Folge in eigenständigen Forschungen noch näher damit zu beschäftigen.

In Bezug auf das Drei-Ebenen-Modell zur Untersuchung von Mediensozialisationsprozessen, welches im Theorieteil besprochen wurde, leistet die vorliegende Arbeit einen Beitrag zur Erschließung der Makro-Ebene, in der sich sozial-strukturell relevante Faktoren wie die Bildung der Eltern finden lassen und welche das soziale Milieu von Familien mitbestimmt.

Auch zum Bielefelder Medienkompetenzmodell kann diese Arbeit mit den Erkenntnissen aus der Stichprobe beitragen. Der dritte Bereich des

Modells, die Mediennutzung, erfasst, welche Medienumgebungen die Jugendlichen konkret nutzen und welche Qualität diese hat.

In der heutigen sich ständig wandelnden Medienwelt sind Jugendliche für Medienunternehmen eine nicht zu unterschätzende Zielgruppe. Hier gilt es, die Interessen und Vorlieben der „Mediennutzer von morgen“ abzuholen und sich auf ihr Nutzungsverhalten einzustellen.

Daraus entstehende wichtigste Fragen sind, wie verbringen Jugendliche ihre Freizeit, durch wen lassen sie sich beeinflussen und welche Herausforderungen ergeben sich dadurch für Medienmacher?

Diese Arbeit soll einen kleinen Beitrag dazu leisten, das Medienrepertoire der Jugendlichen zu verstehen, indem man es mit jenem der Eltern vergleicht.

Die Ergebnisse geben deutlich zu verstehen, dass die Mediennutzung Jugendlicher zu komplex ist, um nur die Eltern als beeinflussende Variable heranzuziehen, diese aber trotzdem nicht außer Acht gelassen werden darf, möchte man in Zukunft das große Angebot an unterschiedlichen Medien auf junge Erwachsene abstimmen.

5. Literaturverzeichnis

Primärliteratur

- Atteslander, P. (2003) Methoden der empirischen Sozialforschung. Berlin, New York. Walter de Gruyter
- Bonfadelli, H. (1981) Die Sozialisationsperspektive in der Massenkommunikationsforschung. Neue Ansätze, Methoden und Resultate zur Stellung der Massenmedien im Leben der Kinder und Jugendlichen. Berlin. Verlag Volker Spiess
- Bosshart, L. (2007) Information und/oder Unterhaltung. In: Scholl, A., Renger, R., Blöbaum, B. (Hrsg.), Journalismus und Unterhaltung. Theoretische Ansätze und empirische Befunde. Wiesbaden. VS Verlag für Sozialwissenschaften/GWV Fachverlage GmbH
- Braun, U. (2014) Exzessive Internetnutzung Jugendlicher im familialen Kontext. Analysen zu Sozialschicht, Familienklima und elterlichem Erwerbsstatus. Wiesbaden. Springer Fachmedien
- Burkart, R. (1992) Wirkung der Massenkommunikation. Wien. Braumüller
- Feierabend, S., Karg, U., Rathgeb, T. (2013) JIM-STUDIE 2013. Jugend, Information, (Multi-)Media. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-jähriger. Stuttgart. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest
- Kirchhoff, S., Kuhnt, S., Lipp, P., Schlawin, S. (2003) Fragebogen. Datenbasis. Konstruktion. Auswertung. Opladen. Leske + Budrich. 3. Auflage
- Mummendey, H., Grau, I. (2008) Die Fragebogen-Methode. Göttingen, Bern, Wien, Paris, Oxford, Prag, Toronto, Cambridge, MA, Amsterdam, Kopenhagen, Hogrefe Verlag GmbH & Co. KG, 5. Überarbeitete und erweiterte Auflage
- Neumann-Braun, K., (2005) Strukturanalytische Rezeptionsforschung. In: Mikos L., Wegener, C. (Hrsg.) Qualitative Medienforschung. Ein Handbuch. Konstanz. UVK Verlagsgesellschaft mbH

- Paus-Hasebrink I., Kulterer, J. (2014) Praxeologische Mediensozialisationsforschung. Langzeitstudie zu sozial Benachteiligten Heranwachsenden. Baden-Baden. Nomos Verlagsgesellschaft, 1. Auflage.
- Treumann, K. P., Meister D. M., Sander, U., Burkatzki, E., Hagedorn, J., Kämmerer, M., Strotmann, M., Wegener, C. (2007) Medienhandeln Jugendlicher. Mediennutzung und Medienkompetenz. Bielefelder Medienkompetenzmodell. Wiesbaden. VS Verlag für Sozialwissenschaften. 1. Auflage

Fachzeitschriften

- Engel B., Breunig C. (2015) Massenkommunikation 2015: Mediennutzung im Intermediavergleich. *Media Perspektiven* 7-8/2015
- Hasebrink, U., Popp, J. (2006) Media repertoires as a result of selective media use. A conceptual approach to the analysis of patterns of exposure. *Communications* 31
- Hoffmann, D. (2011) Aufwachsen und Heranreifen in mediatisierten Lebenswelten. Ein Plädoyer für eine phänomenologische Betrachtung von Medienaneignungsprozessen im Jugendalter. *Psychologie & Gesellschaftskritik. Ausgabe 2*
- Raeymaeckers, K. (2007). Newspaper editors in search of young readers: content and layout strategies to win new readers. *Journalism Studies. Ausgabe 5:2*
- Westerik, H., Renckstorf, K., Lammers, J., Wester, F. (2007) The social character of parental and adolescent television viewing: An event history analysis. *Communications. Ausgabe 32*

Internet

- ARD/ZDF Pressemitteilung vom 12.10.15. Abgerufen am 18.01.2016 unter www.ard-zdf-onlinestudie.de/fileadmin/Onlinestudie_2015/PM_ARD-ZDF-Onlinestudie_2015-10-12.pdf
- Busemann, K., Tippelt, F. (2014) Second Screen: Parallelnutzung von Fernsehen und Internet. Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2014.

Abgerufen am 03. Dezember 2012 unter <http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/index.php?id=506>

- Frees, B. (2014) Konvergentes Fernsehen: TV auf unterschiedlichen Zugangswegen. Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2014. Abgerufen am 03. Dezember 2014 unter <http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/index.php?id=506>
- Gabler Wirtschaftslexikon. Abgerufen am 4.10.2016 unter www.wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/regression-multiple.html
- Koch, W., Liebholz, B. (2014) Bewegtbildnutzung im Internet und Funktionen von Videoportalen im Vergleich zum Fernsehen. Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2014. Abgerufen am 03. Dezember 2014 unter <http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/index.php?id=506>
- Van Eimeren, B., Frees, B. (2014) 79 Prozent der Deutschen online – Zuwachs bei mobiler Internetnutzung und Bewegtbild. Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2014. Abgerufen am 03. Dezember 2014 unter <http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/index.php?id=506>

Abbildungen

- Abbildung 1: Paus-Hasebrink I., Kulterer, J. (2014) Drei-Ebenen-Modell zur Untersuchung von Mediensozialisationsprozessen. In: Praxeologische Mediensozialisationsforschung. Langzeitstudie zu sozial Benachteiligten Heranwachsenden. Baden-Baden. Nomos Verlagsgesellschaft, 1. Auflage.
- Abbildung 2: ARD-ZDF-Online-Studie 2014. Abgerufen am 03. Dezember 2014 unter <http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/index.php?id=483>
- Abbildung 3: Engel B., Breunig C.: Massenkommunikation 2015: Mediennutzung im Intermediavergleich. *Media Perspektiven* 7-8/2015. Abgerufen am 18. Jänner 2016 unter https://presseportal.zdf.de/fileadmin/zdf_upload/Aktuelles/2015/9/07082015_Engel_Breunig.pdf
- Abbildung 4: Altersstruktur
- Abbildung 5 Medienrepertoire Jugendlicher zum Zeitvertreib
- Abbildung 6: Medienrepertoire der Mutter zum Zeitvertreib
- Abbildung 7: Medienrepertoire des Vaters zum Zeitvertreib

6. Anhang

6.1. Zusammenfassung

Die vorliegende Masterarbeit beschäftigt sich mit dem Mediennutzungsverhalten von Jugendlichen im Alter von 14 bis 20 Jahren sowie mit der Beeinflussung desselben durch das Nutzungsverhalten der Eltern.

Mit Hilfe eines quantitativen Fragebogens werden Aussagen über die Medienpräferenzen der Zielgruppe gestellt und in einem weiteren Schritt in ein Medienrepertoire übersetzt.

Auch die Angaben zum Nutzungsverhalten der Elternteile werden in ein Medienrepertoire gegliedert und mit jenem der Jugendlichen verglichen.

Mit Hilfe der Variablen „Alter der Jugendlichen“, „Bildungsgrad der Eltern“ sowie „Medienkompetenz der Eltern“ werden Ursachen für Gemeinsamkeiten und Unterschiede der Medienrepertoires generiert. Nachfolgend werden die Forschungsfragen beantwortet.

Bei der in dieser Arbeit verwendeten Messmethode handelt es sich um die multiple Regressionsanalyse.

Am Ende der Untersuchung stehen Aussagen über den Grad der Beeinflussung, welchen die Eltern auf das Mediennutzungsverhalten ihrer Kinder ausüben.

6.2. Abstract

The present master's thesis examines with the media patterns of young people at the age of 14 to 20 years, as well as the influence of their parent's media habits in that respect.

With the help of a quantitative questionnaire, statements about the media preferences of the target group are collected and translated into a media repertoire.

Also, information about the mother's and the father's usage behaviour is divided into a media repertoire and compared to the media repertoire of the adolescents.

With the help of the variables „age of the adolescents“, „educational level of the parents“, and „media competence of the parents“ causes for possible similarities and differences of the media repertoires are analyzed. This is followed by the answers to the research questions.

The measuring method used in this thesis is called multiple regression analysis.

The investigation closes with statements about the degree of influence, which is exercised by the parents concerning the media usage of their children.

6.3. Fragebogen

1. Einleitung

Liebe/r Teilnehmer/Innen,

ich freue mich über Ihre Bereitschaft, an dieser wissenschaftlichen Studie für meine Diplomarbeit am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien teilzunehmen. Bei dieser Studie geht es um das Mediennutzungsverhalten Jugendlicher und deren Mütter und Väter. Ich möchte Sie bitten, alle Fragen aufmerksam zu lesen und zu beantworten. Das Ganze dauert **ca. 5 Minuten**. Alle Angaben werden anonym behandelt. Es sind also keine Rückschlüsse auf Ihre Person oder auf Ihre Eltern möglich. Es gibt auch keine richtigen oder falschen Antworten, versuchen Sie also, die Fragen möglichst spontan und ehrlich zu beantworten.

Vielen Dank für Ihre Unterstützung.

Daniela Purer, Bakk.phil.

2. Demographische Daten

2a) Geben Sie bitte zunächst folgende Angaben zu ihrer Person an.

Weiblich ☐

Männlich ☐

2b) Wie alt sind Sie?

14 – 16 Jahre ☐
Jahre ☐

17 – 19 Jahre ☐

über 20

2c) Ihre höchster Schulabschluss?

Hauptschule ☐
☐

Mittelschule ☐

Gymnasium

2d) Der höchste Schulabschluss Ihrer Mutter?

Hauptschule ☐

Mittelschule ☐

Gymnasium

☐

Berufsbildende

Schule

☐ Handelsschule

☐

Handelsakademie ☐

Universität/Fachhochschule

☐

weiß nicht ☐

2e) Der höchste Schulabschluss Ihres Vaters?

Hauptschule ☐ Mittelschule ☐ Gymnasium ☐
Berufsbildende Schule ☐ Handelsschule ☐
Handelsakademie ☐ Universität/Fachhochschule ☐
weiß nicht ☐

2f) Wo (mit wem) wohnen Sie überwiegend?

Bei meiner Mutter und meinem Vater	☐
Nur bei meiner Mutter	☐
Nur bei meinem Vater	☐
Sonstiges (mit anderen Verwandten, mit Freunden, alleine usw.)	☐

3. Persönliche Mediennutzung

3a) Wie oft nutzen Sie folgende Medien zum Zeitvertreib? (5 = sehr oft, 1 = nie)

	5	4	3	2	1
Fernsehen	☐	☐	☐	☐	☐
Radio	☐	☐	☐	☐	☐
Zeitungen	☐	☐	☐	☐	☐
Zeitschrift	☐	☐	☐	☐	☐
Bücher	☐	☐	☐	☐	☐
Computer (Internet)	☐	☐	☐	☐	☐
Smartphone	☐	☐	☐	☐	☐

3b) Wie oft nutzen Sie folgende Medien, um sich zu informieren? (5 = sehr oft, 1 = nie)

	5	4	3	2	1
Fernsehen	☐	☐	☐	☐	☐
Radio	☐	☐	☐	☐	☐
Zeitungen	☐	☐	☐	☐	☐
Zeitschrift	☐	☐	☐	☐	☐
Bücher	☐	☐	☐	☐	☐
Computer (Internet)	☐	☐	☐	☐	☐
Smartphone	☐	☐	☐	☐	☐

4. Mediennutzung der Mutter

4a) Wie oft nutzt Ihre Mutter folgende Medien zum Zeitvertreib? (5 = sehr oft, 1 = nie)

	5	4	3	2	1	Weiß nicht
Fernsehen	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Radio	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Zeitungen	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Zeitschrift	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Bücher	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Computer (Internet)	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Smartphone	☐	☐	☐	☐	☐	☐

4b) Wie oft nutzt Ihre Mutter folgende Medien, um sich zu informieren? (5 = sehr oft, 1 = nie)

	5	4	3	2	1	Weiß nicht
Fernsehen	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Radio	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Zeitungen	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Zeitschrift	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Bücher	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Computer (Internet)	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Smartphone	☐	☐	☐	☐	☐	☐

5. Mediennutzung des Vaters

5a) Wie oft nutzt Ihr Vater folgende Medien zum Zeitvertreib? (5 = sehr oft, 1 = nie)

	5	4	3	2	1	Weiß nicht
Fernsehen	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Radio	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Zeitungen	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Zeitschrift	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Bücher	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Computer (Internet)	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Smartphone	☐	☐	☐	☐	☐	☐

5b) Wie oft nutzt Ihr Vater folgende Medien, um sich zu informieren? (5 = sehr oft, 1 = nie)

	5	4	3	2	1	Weiß nicht
Fernsehen	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Radio	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Zeitungen	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Zeitschrift	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Bücher	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Computer (Internet)	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Smartphone	☐	☐	☐	☐	☐	☐

**6. Bitte kreuzen Sie an, ob folgende Aussagen zutreffend sind.
(5 = sehr zutreffend, 1 = trifft gar nicht zu)**

Meine Familie hat mindestens eine Zeitung abonniert.

5	4	3	2	1
☐	☐	☐	☐	☐

Ich lese vorwiegend Zeitungen, die mein Vater und meine Mutter auch nutzen.

5	4	3	2	1
☐	☐	☐	☐	☐

Wenn meine Eltern die Nachrichten im Fernsehen schauen, schaue ich mit.

5	4	3	2	1
☐	☐	☐	☐	☐

Wenn ich die Nachrichten schaue, unterhalte ich mich mit meiner Mutter oder meinem Vater nachher über das Gesehene.

5	4	3	2	1
☐	☐	☐	☐	☐

Wenn ich die Zeitung lese, unterhalte ich mich mit meiner Mutter oder meinem Vater nachher über das Gelesene.

5	4	3	2	1
☐	☐	☐	☐	☐

Meine Eltern interessieren sich für Internetseiten, die ich auch nutze.

5	4	3	2	1
☐	☐	☐	☐	☐

Manchmal empfehle ich meinen Eltern bestimmte Internetseiten.

5	4	3	2	1
☐	☐	☐	☐	☐

Meine Eltern legen fest, welche Internetseiten bzw. Fernsehsendungen ich sehen darf.

5	4	3	2	1
☐	☐	☐	☐	☐

Meine Eltern legen die Dauer der Internetnutzung bzw. die Fernsehzeiten fest.

5	4	3	2	1
☐	☐	☐	☐	☐

In meinem Haushalt sind mindestens ein Fernseher, ein PC mit Internetzugang und ein Smartphone vorhanden.

5	4	3	2	1
☐	☐	☐	☐	☐

Mein Vater kann gut mit technologischen Geräten (PC, Smartphone, Tablet) umgehen.

5	4	3	2	1
☐	☐	☐	☐	☐

Meine Mutter kann gut mit technologischen Geräten (PC, Smartphone, Tablet) umgehen.

5	4	3	2	1
☐	☐	☐	☐	☐

Herzlichen Dank für Ihre Unterstützung. Im Kern der Studie ging es um die Erstellung eines Medienrepertoires Jugendlicher, sowie um das Mediennutzungsverhalten von Jugendlichen und deren Eltern. Die Studie dient alleinig meiner Diplomarbeit, es gibt keine privaten oder institutionellen Auftraggeber.

6.4. Ansuchen an den Stadtschulrat

Daniela Purer, Bakk.phil.

Kaiser-Franz-Josef-Straße 25/2/3
1230 Wien

Institut für Publizistik- und
Kommunikationswissenschaft

Unter der Leitung von

Univ.-Prof. Dr. Jörg Matthes
Währinger Straße 29
1090 Wien

Ansuchen um Erteilung einer Bewilligung für eine wissenschaftliche Erhebung

Wien, 13.05.2015

Sehr geehrter Herr Burda,

im Zuge meiner Magisterarbeit über das Mediennutzungsverhalten Jugendlicher und deren Eltern, möchte ich hiermit um die Bewilligung ansuchen, an einer Wiener Schule meine Untersuchung durchführen zu dürfen, um empirische Daten zu gewinnen.

Die Untersuchung folgt streng wissenschaftlichen Kriterien und dient zur Erstellung eines Medienrepertoires Jugendlicher im Alter zwischen 14 und 20 Jahren, sowie deren Eltern. Ziel der Untersuchung ist es, herauszufinden, ob Jugendliche das Nutzungsverhalten ihrer Eltern übernehmen oder ob umgekehrt, das Mediennutzungsverhalten der Jugendlichen auf ihre Eltern Einfluss hat.

An folgender Schule soll die Studie durchgeführt werden:

Bundeshandelsakademie und Bundeshandelsschule Wien 13
Maygasse 43, 1130 Wien; 1. – 4. Klasse der HAK, 1. – 3. Klasse der HAS
und 1. – 2. Klasse der Schumpeter HAK unter der Leitung von Direktorin
MMag. Monika Wiercimak.

Die betreffende Direktorin hat mir bereits ihre Zustimmung für die Studie erteilt.

Anbei finden Sie alle notwendigen Dokumente für ein Ansuchen um die Bewilligung meiner Studie im Zuge meiner Magisterarbeit.

Nach Abschluss der Untersuchung verpflichte ich mich dem SSR Wien eine Kurzfassung der Untersuchungsergebnisse, sowie ein Ansichtsexemplar meiner Arbeit zu übermitteln.

Für Fragen stehe ich Ihnen gerne via Email danielapurer@hotmail.com oder telefonisch unter 0650/2835223 zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen,

Daniela Purer

Organisationsplan

Dauer der Erhebung

Im Zuge der Erhebung zum Thema „Mediennutzungsverhalten Jugendlicher und deren Eltern“ sollen etwa 200 Schülerinnen und Schüler im Alter von 14 – 20 Jahren aus der Bundeshandelsakademie und Bundeshandelsschule Wien 13 befragt werden.

Der geplante Durchführungszeitraum wird, nach Erteilung der Bewilligung durch den Stadtschulrat, mit der betreffenden Direktorin MMag. Monika Wiercimak ausgemacht. Die Durchführung wird aber nicht mehr als einen Tag in Anspruch nehmen. In jeder Klasse sind in etwa 5 Minuten der Unterrichtszeit eingeplant.

Art der Durchführung

Die Schülerinnen und Schüler sollen einen Fragebogen zum Thema Mediennutzung ausfüllen, wobei die Jugendlichen das Mediennutzungsverhalten ihrer Eltern selbst einschätzen sollen. Das Ausfüllen des Fragebogens nimmt in etwa 5 Minuten in Anspruch. Alle Angaben werden anonym behandelt. Es sind also keine Rückschlüsse auf die Person der Jugendlichen oder deren Eltern möglich.

Entwurf des Elternbriefes
Daniela Purer, Bakk.phil.
0650/2835223
danielapurer@hotmail.com

**Institut für Publizistik- und
Kommunikationswissenschaft**
Unter der Leitung von

Univ.-Prof. Dr. Jörg Matthes
Währinger Straße 29
1090 Wien
T:
F: +43-1-4277-849 330
joerg.matthes@univie.ac.at

+43-1-4277-493

01

**Mediennutzungsverhalten Jugendlicher
und deren Eltern**
Datum

Sehr geehrte Damen und Herren,

Die Klasse xy, welche auch Ihr Kind besucht, wird am xy.xy.2015 an einer Studie zum Thema „Mediennutzungsverhalten Jugendlicher und deren Eltern“ teilnehmen. Die Studie wird im Zuge einer Magisterarbeit an der Universität Wien an der Schule durchgeführt.

Die Schülerinnen und Schüler sollen einen Fragebogen zum Thema Mediennutzung ausfüllen, wobei die Jugendlichen das Mediennutzungsverhalten ihrer Eltern selbst einschätzen sollen. Das Ausfüllen des Fragebogens nimmt in etwa 5 Minuten in Anspruch. Alle Angaben werden anonym behandelt. Es sind also keine Rückschlüsse auf die Person der Jugendlichen oder deren Eltern möglich.

Die Untersuchung folgt streng wissenschaftlichen Kriterien und dient zur Erstellung eines Medienrepertoires Jugendlicher im Alter zwischen 14 und 20 Jahren, sowie deren Eltern. Ziel der Untersuchung ist es, herauszufinden, ob Jugendliche das Nutzungsverhalten ihrer Eltern übernehmen oder ob umgekehrt, das Mediennutzungsverhalten der Jugendlichen auf ihre Eltern Einfluss hat.

Ich möchte Sie ersuchen, wenn Sie mit der Teilnahme Ihres Kindes einverstanden sind, die beiliegende Einverständniserklärung zu unterschreiben. Falls Sie einverstanden sind, möchte ich Sie bitten, mit Ihrem Kind vorher nicht über Ihr Mediennutzungsverhalten zu sprechen, da dies die Ergebnisse der Studie verfälschen würde.

Falls Sie Fragen haben sollten, wenden Sie sich gerne an mich.
(danielapurer@hotmail.com)

Herzlichen Dank für Ihre Unterstützung,
mit freundlichen Grüßen

Daniela Purer, Bakk.phil.

EINVERSTÄNDNISERKLÄRUNG

Hiermit erkläre ich _____
mich einverstanden, dass meine Tochter/mein Sohn _____
der Klasse _____
an der Studie der Universität Wien teilnehmen darf.

Datum _____ Unterschrift _____

Operationalisierung der zu überprüfenden Forschungsfragen

Forschungsfrage 1

Adaptieren Jugendliche das Mediennutzungsverhalten ihrer Eltern?

Hauptvariable: Alter der Jugendlichen, Mediennutzung

Co-Orientierung (= Möglichkeit der Jugendlichen zur Diskussion über das Gesehene/Gelesene mit ihren Eltern)

Forschungsfrage 2

Steigt der elterliche Medieneinfluss mit der Häufigkeit der Kommunikation über das Medienerlebnis zwischen Eltern und Jugendlichen?

Hauptvariablen: Bildungsgrad, Ko-Kommunikation (=Möglichkeit der Jugendlichen zur Diskussion über das Gesehene/Gelesene mit ihren Eltern)

Forschungsfrage 3

Besteht ein Zusammenhang zwischen der Medienkompetenz der Eltern und dem Einfluss auf das Mediennutzungsverhalten der Jugendlichen?

Hauptvariablen: Medienkompetenz, Zugangsmöglichkeiten zu Medien, elterliche Kontrolle der Mediennutzung

Geplante Auswertungsmethode

Ziel der Untersuchung ist es herauszufinden, ob ein Zusammenhang zwischen dem Nutzungsverhalten der Eltern und ihren Kindern besteht. Im Rahmen der Magisterarbeit sollen Fragestellungen durch die Verwendung von einer quantitativen Erhebung beantwortet werden.

Nach der Erhebung werden die gewonnenen Daten festgehalten und aufbereitet, um diese auszuwerten und zu einem repräsentativen Ergebnis zu gelangen. Die Datensammlung wird mit Hilfe des Programms SPSS strukturiert und auf standardisierte Art und Weise codiert.

Mittels des Datenanalysesystems SPSS werden die Daten in einem statistischen Verfahren ausgewertet. So kann festgestellt werden, ob die durch die Befragung gewonnenen Erkenntnisse den theoretischen Annahmen entsprechen.