



universität
wien

MASTERARBEIT / MASTER'S THESIS

Titel der Masterarbeit / Title of the Master's Thesis

„Der Zusammenhang zwischen dem exzessiven
Konsum von Online-Streamingdiensten und den
Symptomen einer Depression“

verfasst von / submitted by

Magdalena Lechner, BA BA

angestrebter akademischer Grad / in partial fulfilment of the requirements for the degree of
Master of Arts (MA)

Wien, 2021 / Vienna 2021

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

UA 066 841

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

Publizistik & Kommunikationswissenschaft

Betreut von / Supervisor:

Ass.-Prof. Dr. Florian Arendt

Eidesstattliche Erklärung

Ich erkläre eidesstattlich, dass ich die Arbeit selbständig angefertigt, keine anderen als die angegebenen Hilfsmittel benutzt und alle aus ungedruckten Quellen, gedruckter Literatur oder aus dem Internet im Wortlaut oder im wesentlichen Inhalt übernommenen Formulierungen und Konzepte gemäß den Richtlinien wissenschaftlicher Arbeiten zitiert, durch genaue Quellenangabe kenntlich gemacht habe.

Die Arbeit wurde bisher in gleicher oder ähnlicher Form keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und auch noch nicht veröffentlicht.

Wien, am 16.06.2021



Magdalena Lechner, BA BA

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	1
1.1 Überblick und Erkenntnisinteresse	1
1.2 Forschungsfragen und -ziele	3
2. Definitionen und Hintergründe	5
2.1 Depression als psychische Erkrankung	5
2.2 Streaming und Streaming Media	8
2.3 Binge-Watching	10
3. Aktueller Forschungsstand	13
3.1 Kultivierungsforschung – die Wirkung des Fernsehens auf das Realitätsbild der Konsument*innen	14
<i>3.1.1 Grundlagen der Kultivierungsforschung</i>	14
<i>3.1.2 Kritik an der Kultivierungshypothese von Gerbner und Gross</i>	16
<i>3.1.3 Einführung und Definition von Kultivierung 1., 2. und 3. Ordnung</i>	18
<i>3.1.4 Soziologischer vs. Psychologischer Prozess der Kultivierung</i>	19
<i>3.1.5 Einflüsse von Rezeptionsmerkmalen auf die Kultivierungseffekte</i>	22
<i>3.1.6 Auswirkung der Art der Darstellung auf die Kultivierungseffekte</i>	24
<i>3.1.7 Genrespezifische Kultivierungseffekte</i>	24
3.2 Der Einfluss von Binge-Watching auf die Rezipient*innen	27
<i>3.2.1 Die Rolle der parasozialen Beziehungen</i>	28
<i>3.2.2 Weitere potenzielle Auslöser für Binge-Watching</i>	30
<i>3.2.3 Effekte von Binge-Watching</i>	33
3.3 Musiktherapie und Depressionen	38
<i>3.3.1 Grundlagen der Musiktherapie</i>	38
<i>3.3.2 Aktive vs. Rezeptive Musiktherapie</i>	42
<i>3.3.3 Musik als Mittel gegen psychische Krankheiten</i>	44
<i>3.3.4 Der Einfluss von Musik auf die Stimmung und das Wohlbefinden</i>	45

4. Hypothesen	47
5. Untersuchungsdesign	53
5.1 Wahl der Forschungsmethode	53
5.2 Rekrutierung der Proband*innen und Zusammensetzung des Samples	54
5.3 Aufbau des Fragebogens	55
5.4 Forschungsethische Aspekte	58
5.5 Operationalisierung der Variablen	59
5.5.1 Variable: Exzessivität des Konsums von Online-Streamingdiensten	59
5.5.2 Einbindung des PHQ9-Fragebogens zu Diagnose von Depressionen	60
5.5.3 Variable: Symptome einer Depression	61
5.5.4 Variable: Art der Inhalte auf Online-Streamingdiensten	62
5.5.5 Variable: Soziale Konsumsituation	62
5.5.6 Variable: Örtliche Konsumsituation	63
5.5.7 Variable: Konsumierte Genres	64
5.5.8 Kontrollvariablen	65
5.5.8.1 Kontroll-Variable: Alter	65
5.5.8.2 Kontroll-Variable: Geschlecht	65
5.5.8.3 Kontroll-Variable: Bildung	65
5.6 Auswertungsverfahren	66
5.6.1 Reliabilität der Konstrukte	66
5.6.2 Statistische Auswertungsverfahren	67
6. Ergebnisse	71
6.1 Deskriptive Ergebnisse	71
6.1.1 Demografische Daten	71
6.1.2 Streamingdienste-Konsum	72
6.1.3 Psychische Gesundheit	73
6.1.4 Genre-Konsum und Genre-Präferenzen	74

6.2 Statistische Auswertung	75
6.2.1 <i>Effekt der Exzessivität des Konsums von Online-Streamingdiensten auf die mentale Gesundheit der Proband*innen, hinsichtlich der Symptome einer Depression</i>	75
6.2.2 <i>Unterschiede des Effekts von der Exzessivität der Nutzung auf die Symptome einer Depression bei Film- und Serien- Streamingdiensten im Vergleich zu Musik-Streamingdiensten</i>	78
6.2.3 <i>Einfluss der sozialen Konsumsituation auf die Korrelation zwischen der Exzessivität des Konsums von Film- und Serien-Streamingdiensten und den Symptomen einer Depression</i>	83
6.2.4 <i>Einfluss der örtlichen Konsumsituation auf die Korrelation zwischen der Exzessivität des Konsums von Film- und Serien-Streamingdiensten und den Symptomen einer Depression</i>	84
6.2.5 <i>Einfluss der sozialen Konsumsituation auf die Korrelation zwischen der Exzessivität des Konsums von Musik-Streamingdiensten und den Symptomen einer Depression</i>	85
6.2.6 <i>Einfluss der örtlichen Konsumsituation auf die Korrelation zwischen der Exzessivität des Konsums von Musik-Streamingdiensten und den Symptomen einer Depression</i>	86
6.2.7 <i>Auswirkung von konsumierten Film- und Serien-Genres auf die Symptome einer Depression</i>	87
6.2.8 <i>Auswirkung von konsumierten Musik-Genres auf die Symptome einer Depression</i>	89
6.3 Hypothesenprüfung	90
6.4 Hypothesengenerierung	94
6.4.1 <i>Der Konsum welches Film- und Serien-Genres hat einen Effekt auf das Auftreten der Symptome einer Depression?</i>	94
6.4.2 <i>Der Konsum welches Musik-Genres hat einen Effekt auf das Auftreten der Symptome einer Depression?</i>	94
7. Diskussion und Ausblick	95
7.1 Zusammenfassung der Ergebnisse	95
7.2 Limitation	98
7.3 Ausblick für die zukünftige Forschung	101
8. Literaturverzeichnis	102
Anhang	I

A. Fragebogen	I
B. Abstract (deutsch)	XLI
C. Abstract (englisch)	XLII

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Übersicht aller forschungsleitenden Fragen

Tabelle 2: Übersicht über alle zu prüfenden Hypothesen

Tabelle 3: Übersicht über alle zu prüfenden Hypothesen inklusive deren Variablen

Tabelle 4: Dummy-Kodierung: Örtliche Konsumsituation

Tabelle 5: Dummy-Kodierung: Soziale Konsumsituation

Tabelle 6: Dummy-Kodierung: Bildung

Tabelle 7: Pearson-Korrelation zwischen Exzessivität des Konsums von Online-Streamingdiensten und den Symptomen einer Depression

Tabelle 8: Regression: Einfluss der Exzessivität des Konsums von Online-Streamingdiensten auf die Symptome einer Depression

Tabelle 9: Pearson-Korrelation zwischen der Exzessivität des Konsums von Film- und Serien-Streamingdiensten und den Symptomen einer Depression

Tabelle 10: Regression: Einfluss der Exzessivität des Konsums von Film- und Serien-Streamingdiensten auf die Symptome einer Depression

Tabelle 11: Pearson-Korrelation zwischen der Exzessivität des Konsums von Musik-Streamingdiensten und den Symptomen einer Depression

Tabelle 12: Regression: Einfluss der Exzessivität des Konsums von Musik-Streamingdiensten auf die Symptome einer Depression

Tabelle 13: Moderierte Regression: Einfluss der Exzessivität des Konsums von Film- und Serien-Streamingdiensten auf die Symptome einer Depression in Abhängigkeit der sozialen Konsumsituation

Tabelle 14: Moderierte Regression: Einfluss der Exzessivität des Konsums von Film- und Serien-Streamingdiensten auf die Symptome einer Depression in Abhängigkeit der örtlichen Konsumsituation

Tabelle 15: Moderierte Regression: Einfluss der Exzessivität des Konsums von Musik-Streamingdiensten auf die Symptome einer Depression in Abhängigkeit der sozialen Konsumsituation

Tabelle 16: Moderierte Regression: Einfluss der Exzessivität des Konsums von Musik-Streamingdiensten auf die Symptome einer Depression in Abhängigkeit der örtlichen Konsumsituation

Tabelle 17: Regression: Einfluss des konsumierten Film- und Serien-Genres Drama auf die Symptome einer Depression

Tabelle 18: Regression: Einfluss des konsumierten Musik-Genres Alternative auf die Symptome einer Depression

1. Einleitung

1.1 Überblick und Erkenntnisinteresse

Durch die voranschreitende, weltweite Digitalisierung und die Globalisierung in den letzten Jahren und Jahrzehnten hat sich sowohl im Bereich der beruflichen Möglichkeiten als auch im privaten Raum einiges verändert. In diesem Rahmen machte auch die Freizeitgestaltung der Menschen einen Wandel durch. Der Aufschwung des Internets und der sozialen Medien im 21. Jahrhundert hatte und hat immer noch starke Auswirkungen darauf, wie Menschen ihre Zeit außerhalb des Arbeitslebens nutzen. Es wurden dadurch viele neue Möglichkeiten geschaffen, die ohne soziale Plattformen und das Internet nicht existieren würden. Eine Option, die besonders in den letzten Jahren viel Zuspruch von Seiten der Konsument*innen bekommen hat, sind die Online-Streamingdienste. Während beispielsweise der Online-Streamingdienst Netflix, bei dem man Serien und Filme streamen kann, im ersten Quartal 2012 noch um die 21,6 Millionen zahlende Nutzer*innen hatte, stieg diese Zahl bis zum ersten Quartal 2020 auf beinahe 183 Millionen zahlende Nutzer*innen an (Statista, 2020). 2019 erwirtschaftete Netflix 20,16 Milliarden US-Dollar Umsatz (Statista, 2020). Allein an diesem Beispiel ist deutlich zu erkennen, welch starken Aufschwung dieser Wirtschaftsbereich im letzten Jahrzehnt gemacht hat und welche Bedeutung dieser auch für die Menschen in ihrem privaten Leben und ihrer Freizeitgestaltung entwickelt hat. Bei Netflix handelt es sich zwar um die momentan größte Plattform, auf der es möglich ist, Serien und Filme gegen Entgelt zu streamen, jedoch ist sie bei weitem nicht die Einzige. Auch die Konkurrenten Amazon Prime Video, Sky On Demand, Joyn oder seit dem Jahr 2020 auch Disney+ weisen große Summen zahlender Nutzer*innen auf. Im Bereich des Sports gibt es ebenfalls diverse Streamingdienste, auf denen Sportereignisse aus verschiedenen Disziplinen gestreamt werden können. Hierzu gehören beispielsweise Sky Sports oder DAZN. Jedoch nicht nur im Bereich von Serien und Filmen haben sich Streaming-Dienste durchgesetzt, auch im Bereich der Musik werden diese vermehrt genutzt. Die Nutzer*innenzahl des Musik-Streamingdienstes Spotify beläuft sich mit dem vierten Quartal 2019 auf 271 Million aktive Nutzer*innen, wovon 124 Millionen Personen den Premium-Dienst, also die kostenpflichtige Version, abonniert haben (Statista, 2020). Im Bereich Musik gibt es ebenfalls Konkurrenz zu Spotify, wie beispielsweise den zweitgrößten Anbieter Apple Music, mit einem Marktanteil von 18% im ersten Halbjahr 2019 oder auch Amazon Music mit einem Marktanteil von 13%. Im Vergleich dazu hatte Spotify im ersten Halbjahr 2019 einen Marktanteil von 36%, welcher deutlich vor den anderen Musik-Streamingdiensten liegt (Statista, 2020). An den enormen

Mengen zahlender Nutzer*innen lässt sich bereits erkennen, dass diese Streamingdienste mittlerweile ein Teil des alltäglichen Lebens vieler Menschen sind. Mit der steigenden Popularität der Streamingdienste steigt somit auch der Konsum der damit verbundenen Medien an, da diese nun zu jeder Zeit und überall konsumiert werden können. Dadurch, dass viele Menschen Streamingdienste mittlerweile in ihre Freizeitgestaltung integrieren, entwickeln sich unter anderem auch Phänomene, die in Zusammenhang damit stehen, wie etwa das Modell des „Binge-Watching“. Dabei handelt es sich um das Phänomen, bei dem man als Konsument*in nicht aufhören kann, eine Serie anzuschauen und immer wieder noch eine weitere Folge rezipiert (Jenner, 2017, S. 306f). In Anbetracht der Anzahl an Personen, die diese Dienste nutzen, um ihre freie Zeit damit zu verbringen, stellt sich die Frage, ob dies für die Konsument*innen auch tatsächlich ein ungefährliches Unterfangen ist und inwiefern sich dies auf die Gesundheit, speziell die psychische, der Rezipient*innen auswirken könnte. Hierauf soll der Fokus dieser Masterarbeit liegen. Es soll mittels einer Umfrage untersucht werden, wie sich der häufige Konsum von Online-Streamingdiensten auf die mentale Gesundheit der rezipierenden Personen auswirkt. Dabei werden sowohl die Film- und Serien-Streamingdienste als auch die Musik-Streamingdienste miteinbezogen. Interessant könnte auch ein möglicher Unterschied zwischen diesen beiden Arten von Online-Streamingdiensten sein. Dies soll ebenfalls in die Untersuchung miteinfließen. Der Fokus der gesamten Studie soll hierbei speziell auf den Symptomen der psychischen Erkrankung einer Depression liegen. Ein weiterer Teil der Forschung soll auch den Blick auf die Konsumsituation legen. Dabei wird der Einfluss der Online-Streamingdienste auf die mentale Gesundheit mit Schwerpunkt auf die Symptome einer Depression untersucht und wie sich dies bei Personen, die hauptsächlich allein konsumieren, von denen unterscheidet, die die Streamingdienste vorrangig in Gruppen nutzen. Auch die örtliche Konsumsituation, ob die Proband*innen Streamingdienste eher zuhause oder eher unterwegs nutzen, wird dabei untersucht und in Zusammenhang mit den Symptomen einer Depression und der Exzessivität des Konsums der Streamingdienste erhoben. Der letzte Punkt, der in der Forschung bearbeitet werden soll, ist der genrespezifische Aspekt. Hierbei wird untersucht, inwiefern sich die Auswirkungen auf die mentale Gesundheit unterscheiden, je nachdem welche Genres die Rezipient*innen konsumieren.

Es werden also durchaus mehrere Aspekte in dieser Forschung berücksichtigt werden, da es sich bei dem Einfluss von Online-Streamingdiensten auf die psychische Gesundheit der Rezipient*innen auch um eine vielschichtige und weitläufige Thematik handelt. Das Ziel dieser Masterarbeit ist es herauszufinden, inwiefern die mentale Gesundheit der

Konsument*innen von Online-Streamingdiensten unter dem häufigen Konsum dieser leidet und inwiefern sich dies durch Gruppen- oder alleinigen Konsum, oder durch den Konsum zuhause oder unterwegs unterscheidet, und welche konsumierten Genres dabei eine Rolle spielen. Dabei ist es notwendig die Thematik von vielen Seiten zu beleuchten und bereits im Literaturteil einen wichtigen Grundstein für die Ergebnisse der Befragung zu legen.

1.2 Forschungsfragen und -ziele

Da in der Masterarbeit wie eben bereits erwähnt viele unterschiedliche Aspekte behandelt werden und einige verschiedene Forschungsfragen geklärt werden sollen, ist es hierzu notwendig, diese noch einmal klar und deutlich zu formulieren, um einen klaren Rahmen für die Untersuchung zu schaffen. Die Thematik der Online-Streamingdienste und deren Auswirkungen auf die mentale Gesundheit der Personen, die diese häufig nutzen, im speziellen der Bezug auf die Symptome einer Depression, soll auf vier Forschungsfragen heruntergebrochen werden.

Tabelle 1: Übersicht aller forschungsleitenden Fragen

Forschungsfrage 1: Inwiefern besteht ein Zusammenhang zwischen der exzessiven Nutzung von Online-Streamingdiensten und der mentalen Gesundheit in Bezug auf die Symptome einer Depression, bei den rezipierenden Personen?

Diese Erkenntnis soll die Grundlage für die Interpretation der anderen Forschungsziele schaffen. Es soll geklärt werden, ob überhaupt ein Zusammenhang zwischen dem exzessiven Konsum von Streamingdiensten und depressiven Symptomen vorhanden ist, da hierbei in der Literatur unterschiedliche Ergebnisse aufzufinden sind.

Forschungsfrage 2: Welche Unterschiede gibt es zwischen den Auswirkungen des exzessiven Konsums von Online-Streamingdiensten für Filme und Serien und den Auswirkungen des häufigen Konsums von Musik-Streamingdiensten auf die mentale Gesundheit der Rezipient*innen, im Bezug auf die Symptome einer Depression?

Im Rahmen der Masterarbeit sollen die Erkenntnisse bezüglich Serien- und Film-Streamingdiensten im Zusammenhang mit depressiven Symptomen, mit den Erkenntnissen bezüglich Musik-Streamingdiensten im Zusammenhang mit depressiven Symptomen verglichen

werden und deren Gemeinsamkeiten und Unterschiede herausgearbeitet werden. Dies soll untersucht werden da es hierbei möglich ist, dass Serien und Filme einen anderen Effekt haben als Musik, da diese auch in anderen Gebieten unterschiedlich verwendet werden.

Bei Literatur, die das Binge-Watching von Serien betrifft, werden wie später noch ausführlicher erklärt wird, häufig negative Auswirkungen beschrieben. Musik jedoch wird auch oft zu Therapiezwecken, auch bei psychischen Krankheiten, herangezogen. Deshalb ist es interessant zu untersuchen, ob im Rahmen der Befragung ein Zusammenhang zu finden ist und wie sich dieser bei den beiden Kategorien von Streamingdiensten unterscheidet.

Forschungsfrage 3: Inwiefern hat die Konsumsituation Auswirkungen auf die mentale Gesundheit der Rezipient*innen, in Bezug auf die Symptome einer Depression?

Dabei soll eine Erkenntnis über die soziale Situation gewonnen werden, in der die Rezipient*innen Online-Streaming-Angebote nutzen und inwiefern sich das auch auf die mentale Gesundheit auswirkt. Es wird untersucht, ob die Personen die Online-Streamingdienste eher alleine, in der Gruppe oder mit dem*der Partner*in konsumieren. Da Online-Streamingdienste, wie beispielsweise Netflix auch oft für gemeinschaftliche Serien-Abende genutzt werden, könnte hierbei die soziale Situation, in der diese konsumiert werden, durchaus eine Rolle spielen.

Außerdem soll hierbei auch untersucht werden, ob der Ort der Konsumsituation etwas an den Auswirkungen verändert. Es soll herausgefunden werden, ob es Auswirkungen auf die Symptome einer Depression hat, ob Online-Streamingdienste eher zuhause oder unterwegs konsumiert werden.

Forschungsfrage 4: Inwiefern beeinflusst die Wahl der rezipierten Genres den Zusammenhang zwischen dem exzessiven Konsum von Online-Streamingdiensten und der mentalen Gesundheit der Rezipient*innen, in Bezug auf die Symptome einer Depression?

Dabei soll geklärt werden, ob es bestimmte Genres gibt, die häufiger zu depressiven Symptomen führen als andere und um welche Genres es sich dabei handelt. Diese Untersuchung soll sowohl für Serien- und Film-Streamingdienste, als auch für Musik-Streamingdienste durchgeführt werden. Dies erfordert demnach eine Auseinandersetzung sowohl mit den Musik-Genres als auch mit den Serien- und Film-Genres, um zu sehen, ob die Genres überhaupt einen Einfluss auf die Auswirkungen auf die mentale Gesundheit der Rezipient*innen haben und wenn ja um welche es sich dabei handelt.

2. Definitionen und Hintergründe

Um sich intensiv und wissenschaftlich mit den vielschichtigen Thematiken dieser Masterarbeit auseinandersetzen zu können, ist es notwendig im Voraus ein paar Grundlagen und Hintergründe zu den einzelnen Aspekten zu klären. In den folgenden Unterkapiteln soll aus diesem Grund eine Verständnisbasis geschaffen werden, auf der die weitere Forschung und die Ergebnisse dieser aufbauen. Zuerst wird erklärt, wie das Krankheitsbild, die Arten, die Auswirkungen und die Behandlungsmöglichkeiten einer Depression aussehen. Es ist für das weitere Vorgehen wichtig, ein gutes Verständnis von der psychischen Krankheit der Depressionen zu haben und auch die Symptome dieser genau zu kennen. Weiters werden die Grundlagen des Streamings geklärt. Es ist wichtig zu wissen, worum es sich dabei handelt, welche Arten des Streamings es gibt und wie dieses funktioniert, um später heraus finden zu können, inwiefern es einen Einfluss auf die Rezipient*innen haben kann. Das letzte Unterkapitel der Hintergründe, wendet sich dem Phänomen des Binge-Watchings zu. Hierbei wird dieses erklärt und die wichtigsten Eckpunkte dazu werden dargelegt. Dies soll eine wichtige Grundlage für das Verständnis der behandelten Thematiken und der später dargebotenen Literatur bieten, da diese teilweise sehr vielschichtig ist. Auch sollen diese Erklärungen eine Basis für das weitere wissenschaftliche Vorgehen schaffen.

2.1 Depression als psychische Erkrankung

Bei Depressionen handelt es sich um eine psychische Erkrankung, von der laut WHO mehr als 264 Millionen Menschen jeden Alters auf der ganzen Welt betroffen sind (WHO, 2020). Um sich intensiv mit der Thematik im Zusammenhang mit Streaming auseinanderzusetzen, ist es wichtig, einen näheren Blick auf die Krankheit an sich, ihre potenziellen Verläufe, die Hintergründe, Behandlungsmethoden und Symptomatiken zu werfen. Im folgenden Kapitel sollen demnach Depressionen, als psychische Erkrankungen erläutert werden, um eine gute Basis für die weitere Forschung zu schaffen.

Depressionen können sich im Alltag der betroffenen Personen unterschiedlich äußern. Es gibt hierbei sowohl leichte Fälle, bei denen die Erkrankten mit schwächeren Symptomen, wie zum Beispiel emotional leichten Verstimmungen zu kämpfen haben, bis hin zu sehr schweren Fällen mit starken Symptomen, die die Betroffenen daran hindern ihren Lebensalltag erfolgreich zu meistern und die auch im schlimmsten und extremsten Fall zu Suizid führen können. Ein weiterer Faktor, der einen großen Einfluss auf die Stärke einer depressiven Erkrankung hat, ist die Dauer und Art der Depression. Wie bereits erwähnt sind weltweit

mehr als 264 Millionen Menschen betroffen und beinahe 800.000 Personen begehen pro Jahr Suizid. Bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen im Alter zwischen 15 und 29 Jahren ist dies sogar die zweithäufigste Todesursache (WHO, 2020). Oft beginnt eine depressive Erkrankung bereits in jungen Jahren und somit handelt es sich, statistisch gesehen, dabei um die führende Krankheit, wenn es um den Zeitraum geht, in dem man von einer Krankheit betroffen ist (WHO, 2012). Die Zahlen der an Depressionen erkrankten Personen ziehen sich durch alle Altersgruppen und auch durch alle sozialen Schichten. 2008 veröffentlichte die WHO Informationen, die besagten, dass Frauen dabei einer höheren Belastung unterliegen (WHO, 2008). Jeder Mensch kann grundsätzlich an einer Depression oder einer depressiven Phase erkranken. Personen, die jedoch kürzlich unter psychisch belastenden Erlebnissen, wie beispielsweise Todesfälle in dem engeren Familien- oder Bekanntenkreis, oder Traumata, litten, haben eine höhere Anfälligkeit, um an einer depressiven Episode zu erkranken. Dabei ist es besonders wichtig zu erwähnen, dass es sich bei Trauer nicht automatisch um eine depressive Erkrankung handelt. Um tatsächlich mit einer depressiven Episode diagnostiziert zu werden, ist es notwendig, dass gewisse Grundsymptome in einem Zeitraum von mindestens zwei Wochen am Stück auftreten. Diese depressiven Phasen können in drei verschiedene Schweregrade eingeteilt werden: leichte depressive Phase, mittelgradige depressive Phase und schwere depressive Phase. Die Klassifizierung wird anhand der Anzahl der auftretenden Symptome und deren Schweregrad vorgenommen. Oft führen die Symptome einer Depression, wie zum Beispiel Freudlosigkeit, Mangel an Energie, geringes Selbstwertgefühl oder auch verminderter Antrieb zu noch mehr Stress und wirken sich wiederum noch negativer auf den Alltag und das Sozialleben der betroffenen Personen aus. Dies kann durchaus zu körperlichen Beschwerden, wie zum Beispiel zu kardiovaskulären Störungen führen. Diese können psychosomatisch auftreten oder auch vice versa (WHO, 2020). Oft kommt es bei einer Depression auch zu großen Schwierigkeiten soziale Kontakte erfolgreich aufrecht zu erhalten, da die Erkrankung mit sozialen Ängsten einhergehen kann. (WHO, 2012). Bei einer leichten depressiven Episode wird es der betroffenen Person zwar schwerer fallen, das alltägliche Leben zu bestreiten und soziale Kontakte zu pflegen, jedoch wird es trotzdem noch möglich sein. Bei einer schweren depressiven Episode ist häufig der Fall, dass sowohl der Job, als auch soziale Aktivitäten und Haushaltsaufgaben, für die betroffene Person nicht mehr alleine zu bewältigen sind. (WHO, 2020).

Es gibt grundsätzlich zwei verschiedene Unterscheidungen einer Depression:

- **Wiederkehrende Depression:** Dabei handelt es sich um eine chronische Erkrankung, bei der immer wieder depressive Phasen auftreten. In diesen Phasen können Symptome wie beispielsweise Interessen- und Freudlosigkeit, ein Mangel an Energie oder auch verminderter Antrieb auftreten. Dies sind die Hauptsymptome einer Depression. Eine depressive Phase wird dadurch definiert, dass diese Merkmale über einen Zeitraum von mindestens zwei Wochen durchgehend auftreten. Es gibt jedoch auch noch weitere Symptome, die zwar seltener auftreten, jedoch genauso ein Hinweis auf eine depressive Phase sein können. Dabei handelt es sich um Schuldgefühle, geringes Selbstwertgefühl und Konzentrationsstörungen (WHO, 2020).
- **Bipolare affektive Depression:** Bei dieser Art von Depression treten die depressiven Phasen gemischt mit manischen Phasen auf. Diese manischen Phasen zeichnen sich durch Symptome wie Hochgefühle, Hyperaktivität, Rededrang, Gereiztheit, überhöhtes Selbstwertgefühl oder verringertes Schlafbedürfnis aus (WHO, 2020).

Weiters gibt es auch noch andere Arten von Depressionen, die sich jedoch hauptsächlich diesen beiden eben genannten unterordnen lassen. Darunter würden beispielsweise prä- und postnatale Depressionen fallen. Diese können bei Frauen während der Schwangerschaft oder im Jahr nach der Geburt auftreten, da in dieser Zeit durch eine Umstellung des Hormonhaushaltes eine erhöhte Chance besteht an Depressionen zu erkranken. Circa 10% aller Frauen leiden während der Schwangerschaft darunter und auch im Jahr nach der Geburt sind 15 bis 20% der Mütter betroffen (Stadt Wien, 2020). Jedoch nicht nur durch die Umstellung des Hormonhaushaltes, sondern auch durch einen Jahreszeitenwechsel können Depressionen auf einen Nährboden treffen. Am häufigsten ist dies bei Wintereinbruch der Fall, dies könnte mit den Lichtveränderungen zusammenhängen. Jedoch ist die Ursache dafür in der Wissenschaft noch nicht eindeutig geklärt worden. Dabei ist vor allem eine Antriebs- und Energielosigkeit ausgeprägt (Stadt Wien, 2020). Eine weitere Art und Weise, in der Depressionen auftreten können, ist in Verbindung mit einer Psychose. Dabei verlieren die Betroffenen den Bezug zur Realität und leiden oft auch an Wahnvorstellungen und Paranoia. Dies kann so weit gehen, dass sie sich verfolgt fühlen oder auch denken, sie sind an jeglichem Unheil in ihrem Umfeld schuld (Stadt Wien, 2020). So gibt es also auch einige Ausprägungen von Depressionen, die eben zusätzliche Symptome aufweisen.

Sowohl für leicht kategorisierte Depressionen als auch für mittelschwere und schwere Depressionen gibt es derzeit effektive Behandlungsmethoden, wie auch im Bereich der Therapiemöglichkeiten als auch was medikamentöse Behandlungen betrifft. Medikamente werden jedoch meist eher bei den als schwer kategorisierten Depressionen eingesetzt, da diese meist starke Nebenwirkungen mit sich bringen können. Dabei ist es sehr wichtig, abzuwägen, ob es in dem Fall unbedingt notwendig ist, Medikamente einzusetzen. Bei Kindern werden diese deshalb selten zur Behandlung genutzt. Oft wird kognitive Verhaltenstherapie oder zwischenmenschliche Psycho- und Gesprächstherapie eingesetzt, um der Depression entgegenzuwirken. Medikamentöse Behandlung kann sowohl durch selektive Serotoninwiederaufnahmehemmer oder trizyklische Antidepressiva erfolgen, die Eingriff auf den Hormonhaushalt der betroffenen Menschen nehmen (WHO, 2020).

Neben einer effektiven Behandlung der betroffenen Personen ist es natürlich, bei Depressionen, genau wie auch bei anderen Erkrankungen, wichtig, präventiv Maßnahmen zu setzen, damit die kritischen Fälle bereits im Vorfeld verringert werden können. Dazu gehören beispielsweise Programme für Schulen, in denen die Art des positiven Denkens gefördert wird. Auch auf die Eltern wird durch solche Programme mehr zugegangen und es werden Übungen und Strategien entwickelt und weitergegeben, die den Depressionen präventiv entgegenwirken sollen. Dies ist notwendig, um die Anzahl der Erkrankten bereits im Vorhinein zu reduzieren (WHO, 2020). Weiters wird versucht, im Gesundheitssystem mehr Aufmerksamkeit auf das Thema der mentalen Gesundheit zu lenken, um hierbei den Betroffenen einen leichteren und kostengünstigeren Zugang zu einer effektiven Behandlung zu ermöglichen (WHO, 2012). Auch die Weltgesundheitsorganisation kategorisiert Depressionen als priorisiertes Handlungsfeld und hat mit dem „Mental Health Gap Action Programme“ ein Programm realisiert, dass mehr Services für unter Depressionen leidende Personen schaffen möchte, damit alle die Hilfe bekommen, die sie benötigen (WHO, 2020).

2.2 Streaming & Streaming Media

Um näher auf die Auswirkungen, sowohl von Musik-Streamingdiensten als auch von Film- und Serien-Streamingdiensten, einzugehen und diese zu erforschen, ist es notwendig den Grundbegriff zu verstehen und um welche Art von Streaming es sich bei der Untersuchung handelt.

Der Begriff „streaming“ bedeutet aus dem Englischen übersetzt „strömen“. Streaming ist außerdem die Present Continuous Form von „stream“, was impliziert, dass das Strömen

gerade jetzt in diesem Moment stattfindet. Streams gibt es sowohl von Audio-Inhalten als auch von Video-Inhalten, welche auch beide in diese Forschungsarbeit miteinbezogen werden. Beim Streaming „strömen“ Datenmengen direkt zu den Rezipient*innen, ohne dass diese sie vorher herunterladen („downloaden“) müssen (Holzinger, 2000, S. 240). Dabei wird auch keinerlei Datei auf dem Endgerät gespeichert, was auch einen wichtigen Aspekt des Streamings ausmacht. Dies ist sowohl bei den auditiven als auch bei den visuellen und audiovisuellen Inhalten der Fall, die gestreamt werden können (Oelgeschläger, 2014, S. 11). Mit dem Begriff wird hauptsächlich der technische Vorgang beschrieben, bei dem die Daten auf das Endgerät „strömen“ und übertragen werden. Für diese Forschungsarbeit ist jedoch hauptsächlich der Begriff Streaming Media von Bedeutung, da dieser den Konsum der übertragenen Audio- und Video-Dateien impliziert (Barz und Lányi, 2000, S.5).

Wie eben bereits erwähnt handelt es sich bei Streaming Media um die Rezeption der Dateien, die beim Streaming übertragen werden. Hierbei gibt es zwei grundsätzlich unterschiedliche Arten von Streaming Media:

- **Live-Streaming:** Hier verrät der Name bereits, dass alle Inhalte live übertragen werden. Das bedeutet, dass genau in dem Moment, in dem auch die Konsument*innen die Audio- oder Video-Dateien rezipieren, diese aufgezeichnet werden. Beim Live-Streaming gibt es quasi keinerlei Zeitverzögerung zwischen Aufzeichnung und Konsum. Diese Art des Streamings nutzen Plattformen wie beispielsweise Twitch zur Unterhaltung der Zuschauer*innen. Meist sind auch die Inhalte beim Live-Streaming andere, als beim On Demand-Streaming. Auf der Live-Streaming-Plattform Twitch drehen sich die Inhalte hauptsächlich um Personen, welche Videospiele spielen, Basteln, Zeichnen oder sich mit den Zuseher*innen mittels eines Live-Chats unterhalten, welcher ebenso in Echtzeit verläuft, wie die gestreamten Inhalte. Dadurch ist eine direkte Kommunikation zwischen den Inhalte-Schaffenden und dem Publikum möglich.
- **On Demand-Streaming:** Dabei können die Audio- und Video-Dateien „on demand“, also im Deutschen „auf Anfrage“, abgespielt werden. Die Inhalte, die beim On Demand-Streaming konsumiert werden, werden zuvor aufgezeichnet, bearbeitet und dann hochgeladen auf einen Server. Die Konsument*innen streamen dieses vorab gespeicherte Material und spielen dieses somit auf ihrem Endgerät ab, ohne es vorher herunterladen zu müssen. Hier ist noch einmal besonders zu bemerken, dass dies nicht

live geschieht. Alle Dateien sind zuvor aufgezeichnet und finden nicht zu dem Zeitpunkt statt, an dem sie von den Rezipient*innen konsumiert werden (Kurose und Ross, 2008, S. 631). On Demand-Streaming ist die Kategorie, mit der sich diese Forschungsarbeit hauptsächlich beschäftigt.

Diese Forschungsarbeit konzentriert sich auf On Demand-Streaming, während Live-Streaming dabei eher außenvorgelassen wird. Plattformen wie zum Beispiel Twitch sind dafür also nicht von Relevanz. Im Fokus werden sowohl Musik-Streamingdienste wie beispielsweise Spotify, Apple Music oder Soundcloud stehen, als auch Film- und Serien-Streamingdienste wie beispielsweise Netflix, Amazon Prime, Disney+ oder Sky. Es ist vor allem wichtig die On Demand-Streamingdienste in Verbindung mit mentaler Gesundheit und Depressionen zu untersuchen, da diese Inhalte grundsätzlich zu jeder Zeit und an jedem Ort verfügbar sind, während beim Live-Streaming eine gewisse Abhängigkeit von anderen Personen da ist, welche die Inhalte zu genau dem Zeitpunkt an dem man sie konsumieren möchte, zur Verfügung stellen müssen. Da On Demand-Streaming jederzeit verfügbar ist, können die Konsument*innen dieses auch so häufig oder selten nutzen wie sie wollen. Diese Konsumhäufigkeit ergibt einen interessanten Aspekt, der in Bezug auf die mentale Gesundheit der Rezipient*innen von Bedeutung sein könnte.

2.3 Binge-Watching

Beim Binge-Watching handelt es sich um eine Art exzessives Serien-Schauen, vergleichbar mit einem Serien-Marathon. Dabei klicken die Rezipient*innen immer wieder auf die nächste Folge einer Serie, ohne darüber nachzudenken (Maxwell und Tefertiller, 2018, S. 279). Bei diesem Phänomen werden die Folgen nicht über einen längeren Zeitraum hinweg konsumiert, sondern eine ganze Staffel oder mehr an einem Tag. Dies ist hauptsächlich ein Phänomen des On Demand-Streamings, da es dabei möglich ist viele Folgen oder sogar Staffeln auf einmal abzurufen (Online Lexikon für Psychologie und Pädagogik, 2020). Das Wort Binge-Watching setzt sich zum einen aus dem Begriff „binge“ und zum anderen aus „watching“ zusammen. „Binge“ steht für ein exzessives Verhalten. Diese Bezeichnung wird unter anderem auch für „binge-eating“ oder „binge-drinking“ verwendet. Dabei handelt es sich um eine exzessive und ausartende Weise zu Essen oder Alkohol zu trinken. Dies findet im übertriebenen Maße statt und symbolisiert, dass das zu Grunde liegende Verhalten außer Kontrolle geraten ist (Jenner, 2017, S. 306). Beim Binge-Watching handelt es sich dabei aber nicht um eine offiziell anerkannte Sucht, wie beim „binge-eating“ oder „binge-drinking“, sondern eher um einen

Begriff, der in der Popkultur verwendet wird, um einen Serienmarathon zu beschreiben. Es handelt sich dabei nicht um ein klinisches Krankheitsbild (Maxwell und Tefertiller, 2018, S. 286). Binge-Watching ist kennzeichnend für eine neue Art und Weise des Serienkonsums, der durch die Ära von On Demand-Streamingdiensten eingeleitet wurde. Dabei sind vor allem Websites wie zum Beispiel Netflix, Amazon Prime oder Disney+ im Fokus, aber auch auf Video-Plattformen wie zum Beispiel Youtube, welche schon länger auf dem Markt sind, jedoch etwas andere Inhalte bieten, darf dabei nicht vergessen werden. Beim Binge-Watching direkt handelt es sich also um ein eher junges Phänomen, wenngleich es auch in früheren Zeiten schon ähnliche Verhaltensweisen beim klassischen TV-Konsum gab. Zuvor gab es auch im TV-Programm manchmal spezielle Serienmarathons, jedoch sind diese daran gebunden, wann der Sender diese Inhalte an die Empfänger*innen weitergibt und welche Inhalte vom Sender ausgestrahlt werden. Auch ist es auf Netflix, Amazon Prime und Co nicht so schnell möglich, eine Folge einer Serie zu verpassen, da man diese für einen gewissen Zeitraum immer ansehen kann und nicht nur zu einer bestimmten Uhrzeit, wie im klassischen Fernsehen. Die nächste Folge einer Serie wird automatisch abgespielt oder zumindest automatisch angezeigt, sobald man eine Folge dieser Serie, oder auch nur einen Teil davon, angesehen hat. Dieser autonomisierte Prozess lässt kaum zu, dass die Rezipient*innen eine Folge verpassen können. Eine frühe Form des Binge-Watchings war, vor den Serien- und Film-Streamingdiensten, auch durch den Verkauf von DVD-Serienboxen möglich, jedoch war dies eine viel teurere Angelegenheit für die Rezipient*innen. Zur jetzigen Zeit ist das Binge-Watching durch die Abonnement-Modelle der Serien- und Film-Streamingdienste wesentlich günstiger geworden, als zu Zeiten der DVD-Boxen, da man nun für viel mehr Serien eine monatliche Gebühr bezahlt, statt jede Staffel einzeln kaufen zu müssen (Merikivi et al., 2018, S. 111). Die eben erwähnten Websites und Dienste bieten jedoch im Gegensatz zum TV-Programm eine größere Variation an Auswahlmöglichkeiten. Hierbei lässt sich für jeden das Passende finden und es ist nicht notwendig, dabei auf eine bestimmte Sendezeit zu warten, wie es im Fernsehen der Fall wäre, wo das Programm nicht von den Rezipient*innen, sondern vom Sender, bestimmt wird. Da es sich beim Binge-Watching, wie eben bereits erwähnt eher um ein Phänomen der neuen Medien und der letzten Jahre handelt, ist es auch nicht ungewöhnlich, dass dieses Verhalten hauptsächlich bei einer jüngeren Zielgruppe auftaucht. Binge-Watching wird auch hauptsächlich auf Geräten wie Laptops und Smartphones betrieben. Daher ist es mit der heutigen Technik zu jeder Zeit und überall möglich (Ahmed, 2017, S. 192). Das Thema Sucht wurde in Zusammenhang mit Binge-Watching durchaus bereits in verschiedenen Forschungen behandelt. Hierzu wird später im

Forschungsstand näher darauf eingegangen. Eine große Rolle dabei spielen unter anderem parasoziale Beziehungen, also Beziehungen zu den Charakteren einer Serie, die durch das Streamen und Ansehen der Serie aufgebaut werden können. Diese werden besonders durch On Demand-Streamingdienste gefördert, da man die Serien und somit auch die darin handelnden Charaktere zu jeder Zeit an jedem Ort abrufen kann (Derrick et al., 2009).

3. Aktueller Forschungsstand

Da diese wissenschaftliche Arbeit viele verschiedene Aspekte behandelt, ist es notwendig den aktuellen Forschungsstand auf mehreren unterschiedlichen Ebenen zu betrachten. Im ersten Abschnitt wird die Kultivierungsforschung eingehend besprochen. Hierbei handelt es sich um ein sehr großes Forschungsgebiet und in den folgenden Kapiteln wird ein überblicksmäßiger Abriss über die verschiedenen wichtigen Aspekte von Kultivierungseffekten gegeben. Dies reicht von der grundlegenden Theorie der Kultivierungsforschung, weiter zur Kritik an der Theorie, über Kultivierungseffekte 1., 2. und 3. Ordnung, die Rolle der psychologischen Theorien in der Forschung der Kultivierung bis hin zur Erläuterung der genrespezifischen Kultivierungseffekte. Die Kultivierungsforschung beschäftigt sich damit, inwiefern häufiges Fernsehen sich auf die Realitätswahrnehmung, die Einstellungen und Meinungen, sowie schlussendlich das Verhalten und die Verhaltensintentionen der Rezipient*innen auswirkt. Dies ist für unsere Forschung wichtig, da es durchaus auch beim Serien-Schauen über Online-Streamingdienste zu Kultivierungseffekten kommen kann. Hierbei ist besonders darauf zu achten, inwiefern gewisse Genres sich auf die Einstellungen und Meinungen der Konsument*innen auswirken, da dies auch in der Befragung eine Rolle spielen wird. Das Kapitel über die Kultivierungsforschung legt somit einen Grundstein für die weiterführende Forschung und inwiefern die sich die Serien, Filme und andere Inhalte auf den Online-Streamingdiensten auf die Wahrnehmung und Einstellung der rezipierenden Personen auswirken.

Das zweite große Kapitel wird sich den Serien-Streamingdiensten und dem Phänomen des Binge-Watchings widmen, welches im vorherigen Kapitel zu den Hintergründen bereits kurz angerissen wurde. Hierbei wird näher darauf eingegangen, welche Auslöser Binge-Watching haben kann und inwiefern sich dies auf die mentale Gesundheit der Rezipient*innen auswirken kann. Dabei wird sich ein großer Teil rund um parasoziale Beziehungen drehen, da die Entstehung und der Einfluss dieser einen wichtigen Aspekt der Verbindung zwischen Binge-Watching und dem Einfluss auf die mentale Gesundheit der Rezipient*innen ausmachen können. Hierbei wird auch speziell auf den Zusammenhang mit den Symptomen einer Depression eingegangen, da dies für die spätere Untersuchung im Rahmen dieser Masterarbeit von großer Bedeutung ist, um die Befragung aufzubauen und die daraus resultierenden Ergebnisse korrekt interpretieren zu können. Zu dieser Thematik sind bereits einige Studien durchgeführt worden, die sich jedoch teilweise durchaus uneinig sind, was die psychischen Effekte und Auswirkungen eines exzessiven Serienkonsums, wie es beim Binge-

Watching der Fall ist, betrifft. Auch physische Effekte und der Einfluss auf das gesellschaftliche Leben und die sozialen Kontakte der Rezipient*innen wird hierbei beleuchtet, sowie auch die Rolle, die Binge-Watching spielen kann, wenn es um den Erfolg in der Ausbildung von jüngeren Konsument*innen geht.

Im dritten und letzten Theorie-Kapitel wird der aktuelle Forschungsstand zum Thema Musik-Therapie dargestellt. Da es in der Studie später nicht nur um Serien- und Film-Streamingdienste gehen soll, ist es auch wichtig neben der Kultivierungsforschung und dem Binge-Watching, die Auswirkungen von Musikkonsum darzustellen. Da die Musik häufig in unterschiedliche Therapiemethoden eingebaut wird, scheint es einige positive Wirkungen zu geben, auf die hierbei eingegangen wird. Wie genau und ob das einen Effekt hat, soll in dem Kapitel dargelegt werden. Es werden hierbei sowohl die Grundlagen der Musiktherapie als auch der Unterschied zwischen aktiver und rezeptiver Musiktherapie erklärt. Nachdem diese Grundlagen geklärt sind, wird näher auf die Einflüsse auf die mentale Gesundheit der Patient*innen, im Speziellen auf die Symptome einer Depression, eingegangen. Hierbei wird die Wirkung anhand von vorhandenen Studien beschrieben.

Mit der Beschreibung dieser drei großen Forschungskapitel wird die Basis für die Ausarbeitung des Fragebogens und die Auswertung der später durchgeführten Studie zum Thema Streamingdienste und Depressionen geschaffen.

3.1 Kultivierungsforschung – die Wirkung des Fernsehens auf das Realitätsbild der Konsument*innen

Bei der Kultivierung handelt es sich um ein Forschungsgebiet, welches untersucht inwiefern audiovisuelle Inhalte, wie beispielsweise das Fernsehen, die Realitätswahrnehmung und die Werte der Zuschauer*innen beeinflussen und prägen. Dabei handelt es sich um eine Forschungstheorie, mit der sich die Expert*innen bereits seit dem Aufkommen des Fernsehens beschäftigen. Aus diesem Grund gibt es hierzu bereits eine Vielzahl an Forschungen und Studien. Die Kultivierungsforschung ist eines der meistbehandelten Gebiete in der Kommunikationswissenschaft (Rossmann, 2013, S. 207). Im folgenden Kapitel werden die wichtigsten Punkte der zugehörigen Forschung besprochen und ein Überblick darüber gegeben.

3.1.1 Grundlagen der Kultivierungsforschung

Der Grundstein für die Kultivierungsforschung wurde in den 1960er Jahren von Gerbner gelegt, schon kurz nachdem das Fernsehen in der breiten Bevölkerung angekommen war. Der Fokus liegt wie bereits erwähnt auf dem Fernsehen, da es sich dabei um ein einfach zu konsumierendes Medium handelt. Es gibt hierbei kaum Hindernisse, die es für die Konsument*innen zu überwinden gibt und man braucht kein großes Vorwissen. Lediglich die finanziellen Mittel, um sich einen Fernseher zu kaufen und die Kosten für die Sender, stellen hierbei eine Zugangsbeschränkung dar. Es handelt sich beim Fernsehen um ein Medium der Massen, weshalb es sich gut zur Untersuchung eignet, da es einen großen Teil der Gesamtbevölkerung betrifft. Außerdem dient das Fernsehen zum einen als Informationsquelle für die Rezipient*innen und zum anderen liefert es den Konsument*innen auch noch Unterhaltungsinhalte. Diese Mischung ist prädestiniert dafür, dass die Botschaften, die dabei an die Personen herangetragen werden, sich durchaus vermischen können und somit eine verzerrte Version der Realität gezeigt wird (Gerbner, 1969). Ob sich diese veränderte Form der Realität nun auf die tatsächlichen Einstellungen, Meinungen und Wahrnehmung der Konsument*innen auswirkt, versucht die Kultivierungsforschung herauszufinden.

Zwei Begriffe, die hierbei verwendet werden, sind die der Vielseher*innen und der Wenigseher*innen. Der grundlegende Unterschied zwischen den beiden liegt in den Informationsquellen, die diese nutzen. Während Wenigseher*innen sich über viele verschiedene Informationsquellen, egal ob andere Medien wie zum Beispiel die Printmedien oder über den Austausch mit anderen Menschen, über das Geschehen in der Welt informieren, nutzen Vielseher*innen dazu vor allem das Fernsehen und verzichten dabei fast gänzlich auf weitere Informationsquellen (Rossmann, 2013, S. 208) (Gerbner, 1969). Die Theorie der Kultivierung mithilfe des Fernsehens geht davon aus, dass Vielseher*innen eher dazu neigen die Realität so wahrzunehmen, wie sie in den von ihnen konsumierten Fernsehinhalten dargestellt wird. Wenigseher*innen hingegen kommen, wenn sie die Realität beschreiben, meistens näher an die tatsächlich vorhandene Realität heran als die Vielseher*innen. Hierbei wichtig sind vor allem Daten aus der Realität und die Botschaften und Einstellungen, die das Fernsehen den Zuseher*innen vermittelt. Es ist notwendig diese zu identifizieren, um vergleichen zu können inwiefern die Beschreibungen der Zuschauer*innen mit der Realität übereinstimmen oder ob diese eher den, von dem Fernsehen vermittelten Botschaften, entsprechen. Eine der ersten ausführlichen Forschungen, die zu der Thematik gemacht wurde, stammt aus dem Jahr 1976 von Gerbner und Gross. Die Studie, die die beiden durchführten, fokussierte sich auf Gewaltdarstellungen im Fernsehen in den Jahren 1967 bis 1975, ausgehend von den Inhalten, die die großen Medienkonzerne ABC, NBC und CBS

ausstrahlten. Es wurde untersucht inwiefern die Vielseher*innen beispielsweise die Häufigkeit von begangenen Verbrechen oder auch die Möglichkeit selbst von einem Gewaltverbrechen betroffen zu sein, wahrnehmen. Die Vielseher*innen, die in der Gerbner und Gross‘ Studie dadurch identifiziert wurden, dass sie mehr als vier Stunden am Tag fernsehen, überschätzen im Durchschnitt sowohl die Anzahl an Personen, die in der Strafverfolgung arbeiten, als auch das Risiko selbst in Gewalthandlungen verwickelt zu werden. Außerdem hatten die Vielseher*innen ein größeres Misstrauen gegenüber anderen Personen. Die Wenigseher*innen, die dadurch kategorisiert wurden, dass sie zwei Stunden oder weniger am Tag fernsehen, schätzten diese Zahlen weitaus realistischer ein.

Generell wurde diese Grundlage auch des Öfteren für die Thematik der Gewaltdarstellungen verwendet, jedoch weitete sich die Theorie im Laufe der Zeit auch auf andere Themenbereiche, wie beispielsweise Minderheitendarstellungen, Geschlechterrollen, Altersgruppe, Politik, Gesundheit und noch einige mehr, aus. Bei den jüngeren Forschungen ist besonders das Thema Gesundheit im Trend, hierbei wird die Kultivierung im Zusammenhang mit beispielsweise psychischen Krankheiten, Ernährung oder auch Rauchen oder Schönheitsoperationen untersucht. Auch die Thematiken Pornografie, Homosexualität oder auch die Umwelt werden häufig in den Fokus der Forschung genommen. (Gerbner und Gross, 1976) (Rossmann, 2013, S. 211) (Meltzer, Rossmann und Schnauber, 2016, S. 136ff).

3.1.2 Kritik an der Kultivierungshypothese von Gerbner und Gross

Es gab einige Punkte, die an der Studie von Gerbner und Gross bereits zu Beginn kritisiert wurden und im Laufe der Zeit kamen auch noch einige weitere dazu. Dies ist wahrscheinlich auch der Menge an Studien zu dieser Thematik geschuldet. Zu Beginn war der Hauptkritikpunkt, der an die beiden herangetragen wurde, dass diese Studie nicht replizierbar sei. Dies wandelte sich jedoch in den Jahren der Forschung stark. Dabei handelt es sich um eine Kritik die hauptsächlich am Anfang geübt wurde, heutzutage jedoch stimmt der Großteil der durchgeführten Studien Gerbner und Gross Kultivierungshypothese zu. Dieser Bereich der Forschung machte grundsätzlich, im Vergleich zu anderen Gebieten, große Fortschritte, da er so oft behandelt wurde und mehr als 500 Studien zur Kultivierung durchgeführt wurden. Einen weiteren häufig genannten Kritikpunkt stellt auch die mangelnde Kontrolle von Drittvariablen dar. Auch hierbei handelt es sich eher um ein Problem zu den Anfängen der Forschung, da es mittlerweile in der heutigen Forschungstradition üblich ist mit regressionsanalytischen Verfahren die Hintergrundvariablen dementsprechend zu kontrollieren und zu überprüfen. Beispiele für diese Drittvariablen wären etwa die

Wohngegend der Proband*innen oder auch die Resonanz, die aus ihren Erfahrungen im realen Leben resultiert. Widersprechende Erfahrungen würden einen gegenteiligen Effekt bewirken, während übereinstimmende Erfahrungen im realen Leben einen Verdopplungs-Effekt erzielen würden. Diesen Aspekt der Resonanz baute Gerbner nach der Kritik, welche von Doob und MacDonald geäußert wurde, in seine Theorie ein. Genauso wie den Aspekt des Mainstreamings, welcher besagt, dass bereits bestehende soziale Voraussetzungen und Meinungen sich mit dem konsumierten Realitätsbild vermischen und dadurch zu einer Auffassung der Realität verschmelzen, dem sogenannten Mainstream (Meltzer, Rossmann und Schnauber, 2016, S. 141ff) (Rossmann, 2013, S. 209f) (Gerbner et al, 1986) (Doob und MacDonald, 1979). Heutzutage beschäftigt sich die Forschung jedoch häufig mit der Kontrolle von Mediator-Variablen und Moderator-Variablen, weshalb dieser Kritikpunkt durch die weiterführende Forschung der letzten Jahrzehnte quasi widerlegt wurde. Weiters wurde auch eine Verzerrung der Darstellung der Personen angemerkt, da diese nur in zwei bis drei Kategorien unterteilt wurden, nämlich die Vielseher*innen, die Wenigseher*innen und jene dazwischen. Hirsch unterteilte diese später in fünf verschiedene Gruppen, wobei auch noch die Extrem-Vielseher*innen und die Extrem-Wenigseher*innen hinzukamen, die am jeweiligen Spektrum noch weiter auseinander liegen als die normalen Viel- und Wenigseher*innen (Hirsch, 1980). Auch ein Kritikpunkt der frühen Forschung ist die Operationalisierung der Realitätswahrnehmung. In diesem Fall besteht das Problem hauptsächlich darin, dass die unterschiedlichen Wahrnehmungen und Interpretationen der Realität der Proband*innen nicht genug zum Ausdruck kamen, sondern diese über geschlossene Prozentabfragen und Häufigkeitsfragen ausgewertet wurde. Die Interpretation der Fernsehbotschaft von den Proband*innen wurde teilweise auch nicht berücksichtigt. Auch Forced-Error-Questions wurden dabei verwendet. Weiters wurden die Kausalitätszusammenhänge in den frühen Studien kaum beachtet, da diese auf korrelativen Querschnittsstudien beruhen und dabei der Kausalzusammenhang nicht geklärt werden kann. Die frühe Kultivierungsforschung beschäftigt sich außerdem mit nonselektiver Fernsehnutzung. Dabei wird davon ausgegangen, dass alle Personen dasselbe schauen und nicht nach eigenem Belieben auswählen, welche Inhalte sie konsumieren. Genres wurden dabei nicht als wichtiger Faktor wahrgenommen. Dies sollte sich jedoch auch in der späteren Forschung zum Thema Kultivierung ändern. Generell lässt sich zu den Kritikpunkten sagen, dass einige davon sich hauptsächlich auf die Anfänge der Kultivierungsforschung beziehen und viele davon im Laufe des Forschungsprozesses der letzten Jahrzehnte ausgebessert werden konnten. Dadurch dass sich die Kommunikationswissenschaft sehr stark mit der

Thematik auseinandersetzte und es mehrere hundert Studien dazu gibt, lässt sich sagen, dass die Kultivierungshypothese durchaus eine feste Grundlage hat, die ihr ihre Berechtigung zuspricht. Viele der Kritikpunkte wurden in späteren Studien eingebunden und haben dadurch einen Beitrag dazu geleistet, die Theorie zu verfeinern, zu festigen und weiter auszubauen (Meltzer, Rossmann und Schnauber, 2016, S. 141ff) (Rossmann, 2013, S. 209f). Weiters konnten auch einige Studien den Gesamteffekt der Kultivierungshypothese bestätigen. Morgan und Shanahan beispielsweise schafften es einen, zwar kleinen, aber konstanten Effekt nachzuweisen und auch Dossche und Van den Bulck konnten dies einige Jahre später nochmals bestätigen (Dossche und Van den Bulck, 2010) (Morgan und Shanahan, 1997).

3.1.3 Einführung und Definition von Kultivierung 1., 2. und 3. Ordnung

Grundsätzlich geht es bei der Kultivierungsforschung um Einflüsse auf die Proband*innen. Daraus resultiert, dass die abhängigen Variablen immer die jeweiligen Einflüsse sind, die das Fernsehen auf seine Zuseher*innen hat. So gibt es jedoch unterschiedliche Faktoren, die beeinflusst werden können. Zum einen handelt es sich hier um den Einfluss auf die Wahrnehmung von Zahlen und Fakten. Zum Anderen wird die Wahrnehmung von Häufigkeiten, Wahrscheinlichkeiten und Verteilungen dadurch geprägt. Hierbei handelt es sich um eine Kultivierung 1. Ordnung. Hierunter zählt beispielsweise, wie in der Studie von Gerbner und Gross, die Verbrechenshäufigkeiten oder in anderen Bereichen zum Beispiel die Geschlechterverteilungen, die Wahrscheinlichkeit an einer bestimmten Krankheit zu erkranken und vieles mehr. Unter Kultivierung 2. Ordnung versteht man, anders als bei jener 1. Ordnung, nicht die Wahrnehmung von Fakten und Zahlen, sondern vielmehr den Einfluss auf die Einstellungen, Meinungen und Wertevorstellungen der Zuschauer*innen. Dabei handelt es sich zum Beispiel um die Bewertung von gewissen Dingen, wie Berufsgruppen, dem Misstrauen gegenüber, zum Beispiel der Regierung, oder auch die Einstellung gegenüber Materialismus oder dem Bild von einer klassischen Familie und vieles mehr. Auch hierzu gibt es endlos viele Beispiele, die die Wertevorstellungen der Rezipient*innen stark beeinflussen können. Bei der Kultivierung 1. Ordnung und der Kultivierung 2. Ordnung handelt es sich um die ursprünglich bedachten. Weiters wurde später auch noch eine Kultivierung 3. Ordnung hinzugefügt. Diese bezieht sich auf die Beeinflussung des Verhaltens und der Verhaltensintentionen der rezipierenden Personen (Rossmann, 2013, S. 211f) (Wünsch et al., 2012).

Die Kultivierung 3. Ordnung denkt die Theorie weiter und versucht herauszufinden ob Fernsehen nicht nur auf unsere Wahrnehmung und unsere Einstellungen einen Einfluss hat,

sondern ob es sich tatsächlich auch auf das daraus resultierende Verhalten auswirken kann. Wunsch et al. konnten in ihrer Studie durchaus einen Zusammenhang zwischen der Kultivierung durch die Sendung „Lindenstraße“ und dem Verhalten, betreffend der politischen Partizipation der Rezipient*innen, finden (Wunsch et al., 2012). Segrin und Nabi wandten sich bereits des Öfteren dieser These zu und fanden unter anderem heraus, dass es durch das Fernsehen zu höher wahrgenommenen Zahlen an Verbrechen kommt (Kultivierung 1. Ordnung), dies wiederum zu einem Misstrauen gegenüber der Sicherheit führt (Kultivierung 2. Ordnung) und dies in Folge zu mehr Schutzmaßnahmen seitens der Proband*innen (Kultivierung 3. Ordnung) (Segrin und Nabi, 2002). In einer weiteren Forschung fanden sie auch einen Zusammenhang zwischen dem Einfluss auf die Vorstellungen einer Ehe und die tatsächlichen Absichten der Personen, irgendwann einmal zu heiraten (Segrin und Nabi, 2002). Auch Beullens et al. fanden in ihrer Studie einen Effekt, der sich auf das riskante Fahrverhalten der Proband*innen auswirkte (Beullens et al., 2011). Es lässt sich also durchaus bestätigen, dass die Kultivierung durch das Fernsehen nicht nur einen Einfluss auf die Wahrnehmung und die Einstellungen und Wertevorstellungen der rezipierenden Personen hat, sondern dass dies durchaus auch das Verhalten oder zumindest die Verhaltensintentionen der Rezipient*innen in irgendeiner Art und Weise beeinflusst (Rossmann, 2013, S. 212).

3.1.4 Soziologischer vs. Psychologischer Prozess der Kultivierung

Bei den ursprünglichen Werken der Kultivierungsforschung handelt es sich um einen soziologischen Ansatz. Dabei wird der gesamtgesellschaftliche Prozess makroperspektivisch betrachtet, den der erhöhte Fernsehnutzen bei den Vielseher*innen auslöst. In den 1980er Jahren kam jedoch ein zweiter Forschungsansatz hinzu. Dieser beschäftigte sich auf der Mikroebene mit der Kultivierung als psychologischer Prozess. Dabei wird stärker darauf eingegangen, inwiefern der Prozess der Kultivierung erfolgt und wodurch dieser entsteht. Die ersten Quellen, die diese Sichtweise nutzten, waren Hawkins und Pingree und ein paar Jahre später auch Potter. Sie beschrieben bei dem Vorgang der Kultivierung zuerst zwei verschiedene Subprozesse, Lernen und Konstruktion, bei Hawkins und Pingree und später drei unterschiedliche Unterprozesse, bei Potter, die dazu beitragen, dass dies den bekannten Effekt hat. Zum einen beschreiben sie hier Lernprozesse, die dazu da sind, um den Inhalt des Fernsehens zu erlernen, Konstruktionsprozesse, welche die Realität so konstruieren, wie sie im Fernsehen dargestellt wird und Generalisierungsprozesse, die aus den

Wahrscheinlichkeiten die bei der Kultivierung 1. Ordnung erlernt wurden, eine generelle Meinung und Einstellung formen (Hawkins und Pingree, 1981; 1987) (Potter, 1988; 1991).

Diese Theorien konnten jedoch nicht bestätigt werden, da man herausfand, dass noch andere Faktoren einen weitaus wichtigeren Teil bei den Kultivierungsprozessen spielen. Diese Studien gehen davon aus, dass die Kultivierung 2. Ordnung eine Folge der Kultivierung 1. Ordnung ist, was zwar möglich wäre, jedoch nicht immer der Fall sein muss. Es besteht durchaus auch die Möglichkeit, dass diese direkt aus dem Fernsehen gebildet werden können. Einen wichtigen Erklärungsaspekt in der psychologischen Herangehensweise der Kultivierungsforschung liefert hierzu die Unterscheidung zwischen Online-Urteilsbildung und erinnerungsgestützter Urteilsbildung. Bei der Online-Urteilsbildung wird die Meinung der Konsument*innen genau in dem Moment der Rezeption gebildet und gespeichert. Diese werden dann zu einem späteren Zeitpunkt, an dem sie verlangt werden, abgerufen. Bei der erinnerungsgestützten Urteilsbildung wird die Meinung der Konsument*innen erst in dem Moment gebildet, in dem sie auch gebraucht wird. Es wird dabei auf Informationen aus der Erinnerung aufgebaut, die die Thematik behandeln und anhand dessen wird von den Personen ein Urteil gebildet (Rossmann, 2013, S. 215).

Shrums „Heuristic Processing Model of Television Effects“ besagt, dass Urteile, die anhand von Kultivierung 1. Ordnung entstehen, eher dazu neigen aus der erinnerungsgestützten Urteilsbildung hervorzugehen. Da es sich bei den Kultivierungseffekten 1. Ordnung hauptsächlich um Wahrscheinlichkeiten, Fakten und Häufigkeiten handelt, werden diese erst bei Gebrauch konstruiert, da die Menschen im Alltag eher weniger über solche Zahlen und Wahrnehmungen nachdenken und dies deshalb nicht besonders präsent ist. Da diese Urteile erst später gebildet werden, kommt es im Gedächtnis der Personen dazu, dass sie bei der Bildung die Informationen, die am einfachsten verfügbar sind zur Urteilsbildung heranziehen. Was bedeutet, dass das, was die Konsument*innen am häufigsten im Fernsehen gesehen haben, wahrscheinlich auch übernommen wird, da diese Informationen in der Regel somit am schnellsten und einfachsten im Gedächtnis verfügbar sind (Shrum, 2009, S. 64). Kultivierungseffekte 2. Ordnung werden jedoch häufig anhand der Online-Urteilsbildung, also in dem Moment in dem es konsumiert wird, gebildet. Die Menschen bilden sich häufig schnell eine eigene Meinung zu den aktuellen Themen, von denen sie hören. Aus diesem Grund werden hierbei die Meinung und Einstellung noch in dem Moment des Konsums gebildet und nicht erst, wenn diese zum Ausdruck kommen sollen. Hierbei wird die Einstellung der Konsument*innen als Verknüpfung zwischen einem Sachverhalt und der

Bewertung dessen gesehen. Wichtig für die Meinung ist die Stärke der Verknüpfung. Wenn ein Sachverhalt in einem bestimmten Licht beleuchtet wird und dies im Fernsehen häufiger zu sehen ist als die gegenüberliegende Perspektive dazu, so steigt die Stärke der Verknüpfung mit dem Blickwinkel, der am häufigsten zu sehen ist. Vielseher*innen fällen nachweislich ihre Urteile schneller und greifen bei der Einstellungsbildung auch auf die stärkste Verknüpfung zwischen dem Sachverhalt und der Bewertung dessen, beziehungsweise der beleuchteten Perspektive, zurück. Die Einstellungen werden sofort durch die Verknüpfungen gebildet und wenn diese benötigt werden, wird bereits auf die bestehende Meinung zurückgegriffen (Shrum, 2009).

Dies sind jedoch nicht die einzigen psychologischen Erklärungsansätze für das Entstehen von Kultivierungseffekten 1. und 2. Ordnung. Unterschiedliche Studien verwenden auch unterschiedliche psychologische Ansätze. Beispielsweise gibt es Forschungen, die die Kultivierungseffekte mit mentalen Modellen in Einklang bringen. Dabei sollen mentale Modelle eines Sachverhalts während des Konsums im Gedächtnis schaffen, der dann wieder aktiviert wird, sobald sie benötigt werden (Roskos-Ewoldsen, Davies und Roskos-Ewoldsen, 2004). Rossmann beispielsweise erarbeitete ein Modell der Informationsverarbeitung im Kultivierungsprozess. Dieses unterteilt sich in drei Phasen: Informationsaufnahme, Speicherung und Urteilsbildung (Rossmann, 2008). Manch einer nutzt auch bekannte Modelle wie das Elaboration-Likelihood-Model um die Effekte zu erklären und zu analysieren (Potter, 1991). Es gibt noch viele weitere Ansätze zu Erklärung der Kultivierungseffekte, wobei jeder etwas andere Herangehensweisen an die Thematik behandelt. Diese sind sehr breit gefächert, weshalb hier nur ein kurzer Abriss der Forschung hervorgehoben wurde. Wie bereits vorhin erwähnt, handelt es sich bei der Kultivierungsforschung um ein sehr breites und weites Feld.

Bereits bei der Erklärung, wie Kultivierungsprozesse funktionieren, leisten interdisziplinäre Theorien der Psychologie einen großen Beitrag. Dies ist auch der Fall, wenn es zu den Kultivierungseffekten 3. Ordnung, dem Verhalten und den Verhaltensintentionen kommt. Dabei wird häufig die Kultivierungsforschung in bestehende Medienwirkungs- und Verhaltenstheorien eingebunden und im Zuge dessen miteinander verbunden. Hierzu wird zum Beispiel die Theory of Planned Behaviour verwendet, die die Einflüsse des Fernsehens auf das Verhalten der Rezipient*innen untersucht (Fishbein und Ajzen, 2010). Die Theorie der Schweigespirale wird auch verwendet, um den Einfluss auf das wahrgenommene Meinungsklima zu erforschen (Shanahan et al., 2004). Auch Third Person Effekte, bei denen die Rezipient*innen glauben, dass andere eher und stärker von Kultivierungseffekten

betroffen sind als sie selbst und Agenda-Setting wurden in die Kultivierungsforschung im Sinne der Verhaltenseffekte und Verhaltensintentionen miteinbezogen (Diefenbach und West, 2007) (Jeffres et al., 2008). Es handelt sich also bei der Kultivierungsforschung um ein Feld, das stark von interdisziplinärer Forschung, besonders im Bereich der Psychologie profitiert. Diese Weiterführungen der Kultivierungseffekte und auch die Erforschung, wie diese zustande kommen und inwiefern sie sich auf das Verhalten und die Verhaltensintentionen der Rezipient*innen auswirken, hat die Kritik an der Kultivierungstheorie stark geschmälert, da dieses Feld somit immer weiter und besser erforscht wurde und durch die Weiterentwicklung des Feldes immer mehr zu Gunsten der zuvor angesprochenen Kritikpunkte minimiert werden konnten (Rossmann, 2013, S. 219).

3.1.5 Einflüsse von Rezeptionsmerkmalen auf die Kultivierungseffekte

Wie bereits vorhin beschrieben, wird der Beginn der Kultivierungsforschung häufig dafür kritisiert, dass andere Merkmale und Variablen, die eventuell in das Ergebnis miteinfließen, nicht untersucht wurden. Hierbei geht es beispielsweise um Rezeptionsmerkmale. Dabei ist von Bedeutung ob die Personen das Fernsehen aktiv oder passiv nutzen, wie realistisch man die gebotenen Darstellungen einschätzt oder auch inwiefern es eine Rolle spielt, ob man persönlich in Thematiken involviert ist. Der wichtigste Aspekt hierbei, mit dem sich die Kultivierungsforschung auch bereits eingehend beschäftigt hat, ist der Unterschied zwischen aktiver und passiver Fernsehnutzung. Es existieren dafür in der Forschung zwei sehr differente Ansätze. Einige Studien besagen, dass es bei aktiver Fernsehnutzung zu stärkeren Kultivierungseffekten kommt, da die Rezipient*innen dabei mit größerem Involvement und einer höheren Motivation, sich eine Meinung zu bilden, an die Fernsehinhalte herangehen. Auf der anderen Seite gibt es jedoch die Studien, die besagen, dass es bei passiver Fernsehnutzung zu stärkeren Kultivierungseffekten kommt, da die Rezipient*innen hier weniger Acht geben und weniger Aufmerksamkeit in die Inhalte stecken und somit auch eventuell unterbewusst leichter zu beeinflussen sind, was ihre Meinungen und Einstellungen zu der wiedergegebenen Thematik angeht. Wenn man sich jedoch die Forschungen ansieht und die Ergebnisse zusammenfasst, ist allgemein eine leichte Tendenz zu erkennen, dass die aktive Fernsehnutzung hauptsächlich Kultivierungseffekte 1. Ordnung verstärkt. Bei den Kultivierungseffekten 2. Ordnung ist sowohl eine Verstärkung durch passive als auch durch aktive Fernsehnutzung möglich. Daraus lässt sich schließen, dass allgemein und zusammengefasst gesehen, die aktive Fernsehnutzung etwas mehr Kultivierungseffekte

hervorbringt als die passive Fernsehnutzung (Rossmann, 2008, S. 182f) (Rossmann, 2013, S. 213).

Ein weiterer Faktor, der untersucht wurde, ist die Thematik des Involvements. Hierbei werden sowohl das Themen-Involvement als auch das Prozess-Involvement untersucht. Beim Themen-Involvement geht es darum, inwiefern die Personen im persönlichen Leben bereits Erfahrungen mit dieser Thematik gemacht haben und ob sie davon betroffen sind. Prozess-Involvement ist ein Faktor, der darauf beruht, inwiefern die rezipierenden Personen in den Inhalten versinken und darauf wie hoch das Präsenzerleben der Konsument*innen dabei ist. Als anderer Begriff dafür wird das Wort Transportation verwendet. Was das Themen-Involvement betrifft, ist sich die Forschung bisher uneinig. Es gibt nur sehr wenige Studien, die diesen Aspekt tatsächlich als ausschlaggebend für das Auftreten von Kultivierungseffekten erachten. Hierbei spalten sich also die Meinungen in der Forschung. Es existieren sowohl Studien, die meinen, dass durch hohes Themen-Involvement die Kultivierungseffekte abgeschwächt werden (Schoenwald, 2003), als auch jene die das Gegenteil behaupten (Lücke, 2007). Als Erklärung wäre beispielsweise ein Effekt möglich bei dem die Personen sich bei höherer Involvierung, stärker mit der Thematik beschäftigen, so dass sie Verzerrungen der Realität leichter erkennen und ausgleichen können (Rossmann, 2008, S. 204). Mit dem Faktor des Prozess-Involvements haben sich, im Gegensatz zu dem Themen-Involvement, schon mehr Studien damit auseinandergesetzt. Der Forschungsstand deutet hier stark darauf hin, dass es, wenn die Personen mehr in den rezipierten Inhalten versinken, zu stärkeren Kultivierungseffekten führt als bei schwachem Prozess-Involvement (Shrum et al., 2011) (Rossmann, 2008, S. 205).

Der wahrgenommene Realitätsgrad der konsumierten Fernsehinhalte kann ebenfalls eine Auswirkung auf die Kultivierungseffekte mit sich bringen. Auch ist sich die Forschung uneinig. Wenn der wahrgenommene Realitätsgrad als unabhängige Variable miteingebracht wird, lassen sich häufig keine Zusammenhänge finden. Wird dieser jedoch als intervenierende Variable gesehen, hat er durchaus einen Einfluss auf die Kultivierungseffekte. Jedoch hat sich bei diesem festgestellten Einfluss auch keine eindeutige Richtung herauskristallisiert (Rossmann, 2008, S. 210f) (Rossmann, 2013, 213f).

Noch weitere Faktoren, die in den Bereich der Rezeptions- und Rezipient*innenmerkmale fallen, sind die Identifikation und parasoziale Beziehungen. Doch auch in diesen Bereichen gibt es bis jetzt nur vereinzelte Studien, die sich mit den Zusammenhängen zu Kultivierungseffekten beschäftigen. Die wenigen, die dazu jedoch existieren, sehen auch bei

diesen beiden Aspekten einen deutlichen Einfluss auf die Kultivierungseffekte und somit die Auswirkungen auf die Einstellungen und Meinungen der Rezipient*innen. Obwohl parasoziale Beziehungen in diesem Forschungsgebiet noch nicht besonders ausgeprägt studiert wurden, werden sie im nächsten großen Theoriekapitel, welches sich mit Binge-Watching und dessen Einflüssen auf die Rezipient*innen beschäftigt, noch eine bedeutende Rolle für die grundlegende Forschung zu der Thematik spielen (Rossmann, 2008, S. 2015f) (Rossmann, 2013, S. 214).

3.1.6 Auswirkung der Art der Darstellung auf die Kultivierungseffekte

Nicht nur die Merkmale der Rezipient*innen und die Merkmale der Rezeption selbst verändern die Auswirkungen auf Kultivierungseffekte, sondern auch die Botschaftsmerkmale und die Art und Weise wie diese Botschaften dargestellt werden, können einen Unterschied machen. Bei Botschaften handelt es sich um die Aussagen, die innerhalb der Fernsehinhalte getroffen werden und die gegebenenfalls auf die Einstellungen und Meinungen der rezipierenden Personen einwirken. Die bisher bestehende Forschung setzt sich dabei mit ganz unterschiedlichen Merkmalen der Darstellung auseinander. Einer dieser Aspekte ist der Faktor der Glaubwürdigkeit. Wenn eine Sendung, eine Serie oder ein Film, bei den Zuschauer*innen eine höhere Glaubwürdigkeit hervorruft, so neigen diese auch eher dazu, dass stärkere Kultivierungseffekte bei den Personen auftauchen (Mares, 1996). Ein weiterer Faktor, der laut Studien den Kultivierungseffekt bei den Konsument*innen erhöht ist der Aspekt der Ähnlichkeit zwischen Zuschauer*innen und Akteur*innen in der Fernsehserie (Rossmann und Brosius, 2005). Weiter beeinflusst ein hoher Realitätsgrad der Fernsehinhalte den Kultivierungseffekt ebenfalls so, dass dieser bei den Rezipient*innen stärker ausfällt (Holbert, Shah und Kwak, 2004). Es gibt noch viele weitere Themen, die einen Einfluss auf die Kultivierungseffekte haben können. wie beispielsweise die episodenreiche versus die kontextreiche Darstellung (Sotirovic, 2001). Denkbar wären hier auch weitere Merkmale, wie beispielsweise negative oder positive Bewertung, Emotionalisierung, humoristische Darstellung oder auch Lebhaftigkeit (Rossmann, 2013, S.213).

3.1.7 Genrespezifische Kultivierungseffekte

Zu Beginn der Kultivierungsforschung waren Genres noch überhaupt kein Thema, auf das geachtet und eingegangen wurde. Gerbner und Gross gingen in ihrem grundlegenden Werk davon aus, dass es sich bei Kultivierungseffekten um genreübergreifende Effekte handelt, die bei der Fernsehnutzung auftreten, ganz egal welches Genre die Rezipient*innen konsumieren.

Es wurde angenommen, dass die rezipierenden Personen das Fernsehen nicht selektiv nutzen. Sie gehen in ihrer Forschung zwar nicht davon aus, dass Genres keinerlei Rolle spielen, jedoch sind Gerbner und Gross der Meinung, dass alle untersuchten Sender auf den selben Strategien basieren und es aus diesem Grund keinerlei Unterschied in der Kultivierungsforschung macht, welche Inhalte die Rezipient*innen konsumieren (Gerbner und Gross, 1976, S. 177). Auch sind sie der Meinung, dass der Unterschied zwischen Fakten und fiktionalen Inhalten keinerlei Auswirkung darauf hat, ob Kultivierungseffekte auftreten oder nicht (Gerbner und Gross, 1976, S. 177). Die heutige Realität sieht hier jedoch ganz anders aus. Genres spielen sowohl insofern eine Rolle, als das jedes Genre unterschiedliche Botschaften an seine Konsument*innen vermittelt, als auch in dem Sinne, dass die Personen unterschiedliche Genres unterschiedlich häufig und intensiv verfolgen und rezipieren. In der Zeit in der Gerbner und Gross ihre grundlegende Forschung verfassten gab es jedoch noch keine so große Genre- und Inhaltsvielfalt, wie dies heute der Fall ist. Heutzutage gibt es ein Vielfaches an Fernseh-, Serien- und Filminhalten zu damals. Auch die Plattformen, auf denen man die Inhalte konsumieren kann, sind in der Zahl gestiegen und mit dieser Erweiterung des Feldes auch die Anzahl an Genres. Erst kamen Technologien, wie das Satelliten- und Kabelfernsehen dazu, welches eine Vielzahl an Sendern hinzufügte und auch Technologien wie Videorekorder, DVDs und BluRays trugen zu dieser Entwicklung bei. (Rossmann, 2008, S. 103). Durch Online-Streamingdienste bezieht sich dies nun nicht mehr nur auf das Fernsehen und konnte seine Vielfalt nochmals steigern. Auch die Auswahl ist dadurch eine andere geworden. Da früher im Fernsehprogramm jeweils zu einer bestimmten Uhrzeit nur bestimmte Genres und Inhalte zur Verfügung standen, hat man nun mit Online-Streamingdiensten die Chance jedes Genre zu jeder Tages- und Nachtzeit und an jedem Ort zu konsumieren, was wiederum nochmal zu einer Verbreiterung des Feldes führt und die Genres deshalb noch weiter in den Vordergrund der Kultivierungsforschung rücken. Wie bereits im vorigen Kapitel beschrieben, spielen gewisse Rezeptions- und Rezipient*innenmerkmale eine Rolle bei der Stärke von Kultivierungseffekten, und so ist es auch mit den Botschaftsmerkmalen. Hierfür ist es wichtig genrespezifisch zu forschen, da jedes Genre unterschiedliche Botschaften vermittelt, als ein jeweils anderes und es deshalb durchaus andere Ergebnisse und auch präzisere Erkenntnisse liefern kann, wenn man nicht genreübergreifend, sondern genrespezifisch auf die Botschaften und die Kultivierungseffekte eingeht (Rossmann, 2008, S. 99ff) (Rossmann, 2013, S. 212f). Genres sind vor allem dazu da, um zu differenzieren und die Menge an Inhalten, die heutzutage geboten werden zu unterteilen, damit jede*r Konsument*in genau das sehen kann, was ihn*sie am meisten

interessiert. Ein Genre umfasst demnach Fernsehinhalte, die eine ähnliche Botschaft vermitteln und eine ähnliche Thematik behandeln, zusammen in eine Gruppierung, um den Personen die Auswahl der Möglichkeiten zu erleichtern. Meist ist es jedoch so, dass die Rezipient*innen mehrere verschiedene Genres unterschiedlich stark präferieren. Es ist kaum der Fall, dass Konsument*innen tatsächlich nur ein einziges Genre konsumieren oder präferieren (Rossmann, 2008, S.103f). Ein Indikator dafür, dass Genres eine Auswirkung auf die Kultivierungseffekte haben, zeigt sich bereits bei den grundlegenden Studien dazu. Bereits Gerbner stellte fest, dass die Auswirkungen, je nach Tageszeit und ausgewähltem Sender, variieren (Gerbner et al, 1979). Es wäre möglich, dass dies an den unterschiedlichen Inhalten und Genres festzumachen ist.

Hierbei ist es natürlich wichtig nicht nur von den schlussendlichen Effekten zu sprechen, sondern auch von den Arten der Darstellung in den unterschiedlichen Sendungen und Filmen. Wenn man dies am Beispiel von Gewalt betrachtet, ist physische Gewalt im Action-Genre häufig zu finden und in Zeichentrickserien ist sie oft noch viel präsenter. Wenn man jedoch von verbaler Gewalt ausgeht, sind hierbei die Sitcoms die Vorreiter (Potter und Ware, 1987). Potter und Warren fanden beispielsweise auch heraus, dass innerhalb eines Abendprogramms einer Woche ein Drittel aller Gewaltdarstellungen in einem humoristischen Kontext in Comedy-Sendungen verpackt waren. Anhand dieses Beispiels ist gut zu sehen, dass sich die Genres also nicht nur anhand der Thematiken und Botschaften, die sie darstellen unterscheiden, sondern auch anhand der Art wie manche Thematiken in den Inhalten behandelt und dargestellt werden (Potter und Warren, 1998). Doch um dies nicht nur auf die Thematik der Gewaltdarstellungen zu minimieren, ist es wichtig zu erwähnen, dass sich dies auf sämtliche vorstellbaren Thematiken ausweiten lässt. Auch auf die Verteilung der Altersgruppen, die Darstellung von älteren Charakteren, die Darstellung von Afroamerikaner*innen, die Geschlechterverteilung, die Darstellung von Homosexualität, den Alkoholkonsum, Ernährungsfragen oder auch Erziehungsfragen, gilt eine unterschiedliche Darstellung in unterschiedlichen Genres und Genregruppen (Rossmann, 2008, S. 106f).

Vorreiter, was die Studien im Bereich der genrespezifischen Kultivierung angeht, waren Hawkins und Pingree. Auch sie behandelten dabei das Thema Gewalt, wie schon Gerbner und Gross es in der grundlegenden Forschung taten. Die Studie ergab, dass eine erhöhte Einschätzung der Verbrechenswahrscheinlichkeiten hauptsächlich auf die Genres Cartoons, Krimisendungen und Game-Shows zurückzuführen war. Beim Konsum von Dramen, Musiksendungen und Nachrichten trat eher das Gegenteil ein und die Proband*innen

schätzten die Verbrechen wahrscheinlich niedriger ein, als sie in der Realität tatsächlich waren. Was Kultivierungseffekte 2. Ordnung betrifft ließ sich zuerst ein Effekt nur bei den Konsument*innen von Krimisendungen nachweisen. Nachdem der Faktor der allgemeinen Fernsehnutzung miteinbezogen wurde, fanden die Forscher auch noch einen Zusammenhang zwischen Dramen und den Einstellungen der Proband*innen in Bezug auf Gewalt. Hierbei zeigte sich, dass die häufigen Konsument*innen von Dramen die Welt weniger gefährlich einschätzten als die, die sie im Fernsehen sahen (Hawkins und Pingree, 1981). Hawkins und Pingree haben zwar die erste Studie veröffentlicht, jedoch folgten in den Jahrzehnten viele weitere, die größtenteils alle diese genrespezifischen Kultivierungseffekte erforschten und im Rahmen dessen auch bestätigen konnten. Auch hier wurden wieder die Auswirkungen auf die unterschiedlichsten Thematiken untersucht und verifiziert. Es lässt sich jedoch auch festhalten, dass nur weil genrespezifische Kultivierungseffekte in allen Bereich deutlich nachgewiesen werden konnten, es keinerlei Effekte gibt, die auch genreübergreifend Auswirkungen haben. Bei der genrespezifischen Untersuchung ist es außerdem besonders wichtig, nicht nur auf das Genre einzugehen, sondern auch immer die Darstellungsweise, die Metabotschaften die vermittelt werden und auch der Faktor, wie die Rezipient*innen diese Botschaften wahrnehmen, die Selektivität der Fernsehnutzung durch die Konsument*innen und die Merkmale der Rezeption miteinzubinden, da diese ebenfalls eine große Rolle auf die Kultivierungseffekte haben können. Es handelt sich hierbei also um ein Phänomen, welches nicht besonders einfach zu lösen ist, da es sehr vielschichtige Hintergründe birgt, die darauf Einfluss nehmen, wie sich die Fernsehnutzung auf die Rezipient*innen auswirkt.

3.2 Der Einfluss von Binge-Watching auf die Rezipient*innen

Binge-Watching wird vor allem in der Forschung oft mit dem Begriff Sucht verknüpft. Wie auch bereits die Wortherkunft impliziert, handelt es sich dabei um ein exzessives und suchartiges Verhalten. Jedoch gilt Binge-Watching nicht als anerkannte Sucht-Krankheit. Binge-Watching kann auch dazu führen, dass die RezipientInnen länger wachbleiben, als sie sollten oder geplant hatten. Es kann dazu führen, dass die Personen ihre täglichen Aufgaben vernachlässigen oder sogar beginnen gegenüber anderen Personen Lügen zu erzählen, darüber was sie gerade tun, nur damit sie ohne Scham weiterschauen können (Hsu, 2014; Willens, 2013). Das Phänomen des Binge-Watchings kann also durchaus auch einen Einfluss auf die

mentale und auch physische Gesundheit der Rezipient*innen, sowie auf deren soziales und gesellschaftliches Leben haben (Linville, 2013).

Ein Grund, dass Menschen Serien und Filme konsumieren wollen, ist unter anderem, dass durch den Vorgang des Ansehens positive Emotionen hervorgeholt und negative Gefühle minimiert werden sollen. Durch das Medium Film oder Serie wird also eine emotionale Veränderung bzw. Rückmeldung generiert, die dazu führt, dass sich die Rezipient*innen dabei besser fühlen als zuvor (Zillmann, 1988, 2000).

3.2.1 Die Rolle der parasozialen Beziehungen

Ein Begriff, der im Zusammenhang mit Binge-Watching unbedingt erwähnt werden muss, sind die parasozialen Beziehungen. Unter einer parasozialen Beziehung versteht man, wenn ein*e Rezipient*in eine emotionale Bindung zu einem oder mehreren Charakteren in einer Fernsehserie aufbaut. Diese Verbindungen können sich einerseits durch starke Mitgefühle als auch durch ein hohes Identifikationspotential mit einem Charakter entwickeln. Je ähnlicher man sich der, meist fiktiven, Figur fühlt und je mehr man sich mit deren Eigenschaften und Situationen identifizieren kann, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass sich eine parasoziale Beziehung entwickelt. Dieses Phänomen kann jedoch nicht nur im Bereich der Filme und Serien auftauchen, auch im Reality TV, bei Youtuber*innen oder Live-Streamer*innen, Influencer*innen, Musiker*innen oder auch anderen popkulturellen Personen können die Konsument*innen und Fans Merkmale einer parasozialen Beziehung entwickeln (Derrick et al., 2009). Die davon betroffenen Personen bekommen dabei oft das Gefühl, dass sie mit dem Charakter eine Art Freundschaft verbindet, obwohl die Figur entweder nicht von ihrer Existenz weiß oder gar eine fiktive Persönlichkeit ist. Oft finden sich zwischen dem Charakter und der betroffenen Person Parallelen, bezüglich ihrer Emotionen oder Lebenssituationen. Die Grenzen zwischen dem eigenen Leben und dem des Charakters können sogar verschwimmen und die betroffene Person denkt, dass der Charakter ein fester Bestandteil ihres Lebens ist. Durch diese Verbundenheit fühlt sich der*die Rezipient*in weniger einsam und alleine, weshalb sie immer mehr von zum Beispiel der Fernsehserie konsumiert, in der der Charakter vorkommt. Dadurch entwickelt sich ein starkes Zugehörigkeitsgefühl, aber dies kann auch zu einem Abhängigkeitsgefühl mutieren, da diese Beziehung völlig einseitig verläuft (Ernst et al., 2018).

Ein theoretischer Ansatz, welcher ebenfalls beim Serien- und Filmkonsumverhalten und bei der Entwicklung von parasozialen Beziehungen von Bedeutung ist, ist der Uses and

Gratifications Ansatz, also der Nutzen- und Belohnungsansatz. Als Mensch hat man ein gewisses Grundbedürfnis danach, mit anderen Menschen in Verbindung zu treten, soziale Kontakte zu pflegen, dazuzugehören und somit auch der Einsamkeit entgegenzuwirken (Baumeister und Leary, 2017). Der Uses and Gratifications-Ansatz geht davon aus, dass die Wünsche und Bedürfnisse der Rezipient*innen essentiell für den Konsum von Film und Fernsehen ist. Die Rezipient*innen benutzen ein gewisses Medium dann, wenn sie denken, dass dies zur Befriedigung ihrer Bedürfnisse beiträgt. Somit wäre die Befriedigung des Grundbedürfnisses nach sozialen Kontakten und dem Dazugehören, durchaus ein wichtiger Grund für Rezipient*innen um eine Fernsehserie zu konsumieren. (Ernst et al., 2018, S. 256). Dadurch, dass das Medium der Fernsehserien die Entwicklung und den Verlauf der Charaktere über einen langen Zeitraum zeigt, kann das Publikum das Gefühl bekommen, dass die fiktiven Personen ihr Leben mit ihnen teilen. Man erlebt am Bildschirm Höhen und Tiefen eines Charakters, sieht alle seine*ihre Emotionen und entwickelt ein Mitgefühl für die Situation und die Lage der fiktiven Figur. Wenn man das Ganze also in Anbetracht des Uses and Gratification-Ansatzes beleuchtet, kommt man genau wieder an den Punkt, an dem das Bedürfnis nach sozialen Kontakten und des Dazugehörens dazu führt, dass die Rezipient*innen dieses Verlangen durch den Aufbau von parasozialen Beziehungen versuchen zu stillen. Auch Ernst, Scheurer und Rothlauf fanden in ihrer Studie heraus, dass sich dies hauptsächlich über die Höhe des Identifikationspotentials, das der*die Rezipient*in zu den Charakteren hat, entwickelt. Emotionale Gemeinsamkeiten und ähnliche Erlebnisse führen auch in diesem Ansatz dazu, dass parasoziale Beziehungen begünstigt werden und diese somit auch ein übermäßiges Serien-Konsumverhalten zur Folge haben können (Ernst, et al., 2018, S. 262).

Das alles können Gründe sein, dass die Rezipient*innen in ein suchthafes Binge-Watching Verhalten verfallen. Die einseitige Verbindung zu dem Charakter besteht nur, solange man diesen sehen und wahrnehmen kann. Deshalb wird eine Folge nach der anderen konsumiert. Wenn die Serie endet, kann es zu einem starken Gefühl von Verlust kommen, da sich dies für die betroffene Person wie die Auflösung einer echten sozialen und beidseitig zwischenmenschlichen Beziehung anfühlen kann (Devasagayam, 2014). Wie bereits zuvor erwähnt, können schlimme Verluste zu Traumata führen, die die Erkrankung an einer Depression begünstigen können. Dies gilt auch für den Verlust einer parasozialen Beziehung, da diese für die betroffene Personen genauso von Bedeutung sein kann, wie eine normale soziale Beziehung, die sich auflöst. Doch nicht nur ein hohes Identifikationspotential kann die Entwicklung von parasozialen Beziehungen auslösen, sondern auch die damit verbundene

Vermeidung von Einsamkeitsgefühlen. Durch die Bindung zu den Charakteren entsteht für die betroffenen Personen ein oder sogar mehrere soziale Kontakte. Dadurch wird das Gefühl der Einsamkeit bei den Rezipient*innen gemindert oder verschwindet gar. Dabei ist anzumerken, dass eine Studie von Tukachinsky und Eyal ergeben hat, dass der Faktor Einsamkeit keine Auswirkungen auf das Binge-Watching Verhalten hat. Dies lässt sich damit erklären, dass die Personen die Binge-Watching betreiben, häufig auch parasoziale Beziehungen entwickeln und somit ein gemindertes Einsamkeitsempfinden vorweisen. Wird jedoch die parasoziale Beziehung zwischen den Charakteren und dem*der Rezipient*in gekappt, so kommt es durchaus zu dem bereits beschriebenen Verlust, welcher Einsamkeit auslösen kann, die auch als Symptom einer Depression gelten kann. Es ist also möglich, dass durch die Auflösung von parasozialen Beziehungen, unter gewissen Umständen, die Chance an Depressionen zu erkranken, steigen kann (Eyal und Tukachinsky, 2018).

Doch nicht nur die Entstehung von parasozialen Beziehungen ist abhängig von den Persönlichkeitsmerkmalen der Rezipient*innen, sondern die Charaktereigenschaften der rezipierenden Personen haben auch einen Einfluss auf die Stärke der Bindung zu der fiktiven Figur. Cohen fand heraus, dass Personen, die eher ängstlich sind, wenn es um soziale Beziehungen geht und deshalb auch ein Problem mit realer Intimität haben, eher dazu neigen stärkere parasoziale Beziehungen zu entwickeln, als jene, die auch im realen Leben kein Problem damit haben, sich gegenüber anderen Personen zu öffnen. Der Grund dafür könnte sein, dass parasoziale Beziehungen beständiger wirken als reale soziale Beziehungen. Diese ängstlicheren Personen machen sich auch größere Sorgen darum, dass diese Beziehungen zerbrechen könnten (Cohen, 2004).

3.2.2 Weitere potenzielle Auslöser für Binge-Watching

Neben dem Bekämpfen der Einsamkeit und der emotionalen Bindung zu den Charakteren einer Fernsehserie gibt es noch einige weitere potenzielle Merkmale und Zustände, die das exzessive Verhalten des Binge-Watchings begünstigen können. Einige dieser Merkmale können auch bereits in Zusammenhang mit Depressionen gebracht werden. Ein weiterer Aspekt der tatsächlich den Begriff des Binge-Watching mit der mentalen Krankheit der Depressionen in Verbindung bringt, ist der Faktor der Selbstkontrolle. Hierbei handelt es sich jedoch eher nicht um einen einseitig kausalen Zusammenhang, sondern um eine Spirale. Es ist nicht klar, ob Menschen, die an einer Depression leiden, dadurch häufig an mangelnder Selbstkontrolle leiden, oder ob Personen, die eine geringe Selbstkontrolle haben, eher dazu neigen an einer Depression zu erkranken. Mangelnde Selbstkontrolle ist jedoch ein Merkmal,

welches bei den an Depressionen erkrankten Personen häufig vorhanden ist. Dieser Aspekt führt weiter im Zusammenhang mit dem Serien-Konsum dazu, dass die davon betroffenen Personen, häufiger in ein Binge-Watching-Verhalten verfallen als jene, die über eine höhere Selbstkontrolle verfügen. Dies führt dazu, dass man aus diesen Verhaltensweisen des massigen Konsums an Serien und Filmen schwerer einen Ausweg findet, als jene Personen, die eine höhere Fähigkeit der Selbstkontrolle besitzen (Eyal und Tukachinsky, 2018).

Während jedoch Eyal und Tukachinsky durchaus einen Zusammenhang zwischen Selbstkontrolle, Binge-Watching, Depressionen und Einsamkeit erkennen, gibt es aber auch Studien, beispielsweise von Maxwell und Tefertiller, die dem mit differenten Ergebnissen gegenüberstehen. Diese fanden in ihrer nationalen Online-Umfrage heraus, dass kein Zusammenhang zwischen Depressionen, niedriger Selbstkontrolle, Binge-Watching und Einsamkeit besteht. Jedoch leitete sich dabei ab, dass durchaus ein positiver Zusammenhang zwischen der Intention zum Binge-Watching und Ängstlichkeit existiert. Ängstlichere Personen haben demnach eine höhere Chance in ein Binge-Watching Verhalten zu verfallen. Ein weiteres Finding dieser Studie ist, dass die positiven Emotionen, die während des Binge-Watchings bei den Rezipient*innen auftreten, schnell wieder absinken, sobald die Serie fertig angesehen wurde. Die positiven Auswirkungen des Binge-Watchings halten demnach nach Beendigung dessen nicht lange an, ebenso wie die parasozialen Beziehungen (Maxwell und Tefertiller, 2018).

Ein weiterer Auslöser für Binge-Watching, der in wissenschaftlichen Studien auftauchte, ist das Konzept von „togetherness“. Bei diesem Faktor geht es um einen gesellschaftlichen Aspekt des Dazugehörens. Wörtlich übersetzt würde „togetherness“ zwar bedeuten, dass die Rezipient*innen zusammen sind, jedoch ist damit eher eine geistige Verbindung gemeint und nicht, dass diese die Serien und Filme tatsächlich gemeinsam konsumieren. Hierbei geht es darum, sich mit Personen, die die gleichen Serien und Filme gesehen haben, austauschen zu können. Dabei wird eine soziale Verbindung zwischen den Rezipient*innen geschaffen. Es kann sich um Familienmitglieder, Freund*innen, Kolleg*innen oder auch fremde Personen handeln, mit denen man sich beispielsweise über soziale Medien über die gesehene Serie oder den Film austauschen kann. Dieser Vorgang erschafft ein Zugehörigkeitsgefühl bei den rezipierenden Personen und dadurch können gewisse Communities entstehen, die dieselben Interessen haben. Da wie bereits vorhin bei den parasozialen Beziehungen beschrieben, der Mensch das Grundbedürfnis nach sozialen Kontakten und einem Gefühl des Dazugehörens hat, ist auch hier eine logische Schlussfolgerung, dass man, um dieses Verlangen zu

befriedigen, ein exzessiveres Konsumverhalten der Serien und Filme pflegt. Binge-Watching ist die schnellste Möglichkeit, um viel über eine Serie zu erfahren, um sich über dieses Wissen mit den anderen Rezipient*innen darüber austauschen zu können. Dies könnte eventuell auch zu einer Kettenreaktion führen, da somit immer mehr Personen die Serie binge-watchen, um sofort mitreden zu können. Das Konzept der „togetherness“ kann demnach auch zu einem ausgiebigeren Konsumverhalten führen, um sich zu einer Gruppe zugehörig fühlen zu können (Tse, 2016, S. 1549). Ein Begriff, den es in diesem Zusammenhang zu erwähnen gilt, ist FOMO. Die Abkürzung steht für „fear of missing out“. Dies ist eine relativ neue Bezeichnung dafür, wenn eine Person Angst hat etwas zu verpassen und sich somit im Nachhinein nicht mit anderen Personen darüber austauschen kann. Es kann zu einem sozialen Ausschluss aus der Konversation kommen. Dies kann sowohl bei Ereignissen, wie zum Beispiel Partys, als auch eben bei Filmen und Serien der Fall sein. Vor allem bei fortlaufenden Plots ist es für die, von FOMO betroffenen, Personen wichtig, immer am neuesten Stand zu sein, um mit jedem*jeder, der*die die Serie auch gesehen hat, Diskussionen führen zu können und gemeinsam ein Feedback zum aktuellen Stand zu geben. Daraus resultiert, dass immer mehr Personen Binge-Watching betreiben. Je mehr Leute darüber sprechen, desto höher ist auch der soziale Druck, die Angst davor etwas zu verpassen und der Wunsch danach, mit den anderen mitreden zu können (Panda und Pandey, 2017).

Auch der Faktor Stress, kann zu einem vermehrten exzessiven Konsum von Fernsehserien führen. Dabei wird das Binge-Watching als eine Art Flucht aus der Realität verwendet. Wenn die Rezipient*innen im realen Leben stark unter Stress leiden, kann der Konsum von Serien oder Filmen einen durchaus für einige Zeit in eine Fantasie-Welt holen und die eigenen Sorgen in den Hintergrund rücken lassen (Panda und Pandey, 2017). Kubey und Csikszentmihalyi fanden durch die Beobachtung verschiedener körperlicher Aspekte, wie beispielsweise der Herzschlagrate von Proband*innen, heraus, dass der Körper sich durchaus entspannt, wenn die Rezipient*innen Fernsehen. Da dies zu Entspannung in mehreren Teilen des Körpers, unter anderem auch im Gehirn, führt, ist daraus zu schließen, dass Fernsehen und Serien, demnach auch der Konsum von Serien durch Streaming-Dienste, eine stressmindernde Wirkung auf die rezipierenden Personen haben kann. Stress kann also durch die im Körper erfahrene Entspannung und die Flucht von der Realität in eine andere Welt, ein Auslöser dafür sein, mehr Serien zu konsumieren und in ein exzessives Binge-Watching-Verhalten zu verfallen (Kubey und Csikszentmihalyi, 2002).

Ebenfalls eine Art und Weise aus der Realität zu fliehen, ist der vermehrte Konsum von Fernsehserien auf Grund von Langeweile. Ein eigentlich sehr simpler Grund, um in das exzessive Binge-Watching-Verhalten zu verfallen, ist es, wenn man gerade sonst nichts zu tun hat und aus diesem Grund eine Serie anschaltet. Man bekommt etwas Abwechslung und wird dabei unterhalten (Devasagayam, 2014).

Zwar ist Binge-Watching, wie in der Definition schon angesprochen, kein klinisches Krankheitsbild, jedoch zeigt das exzessive Verhalten des Fernsehserien-Schauens durchaus einige Merkmale einer Sucht auf. Wie bereits der oben genannte Faktor der Selbstkontrolle, spielt dabei ebenfalls eine Rolle. Bei suchtähnlichen Verhaltensweisen kann es dazu kommen, dass man das dringende innere Bedürfnis verspürt, mehr von der Fernsehserie zu konsumieren. Dies kann sich auch schleichend etablieren, beispielsweise durch den Faktor der Gewohnheit. Wenn man bereits zuvor regelmäßiges Binge-Watching betrieben hat, kann es sein, dass Körper und Geist sich diese Tätigkeiten merken und dadurch ein Bedürfnis und einen Drang danach entwickelt, was dazu führt, dass man das angelernte Verhalten häufiger als zuvor und über einen noch längeren Zeitraum macht (Kubey und Csikszentmihalyi, 2002) (Sussmann und Moran, 2013). Durch das Binge-Watching und die damit einhergehende Konzentration auf die jeweilige Serie, kann es durchaus auch dazu führen, dass die Rezipient*innen dabei in einen gewissen Flow-Zustand geraten. Es kommt zu geistigem Involvement und Fokussierung auf die Serie. Der daraus resultierende Flow-Zustand kann ebenfalls dazu beitragen, dass diese Tätigkeit wiederholt wird. Es handelt sich beim Binge-Watching damit um eine Art Ritual, welches zur Gewohnheit werden könnte, um sich geistig zu entspannen (Panda und Pandey, 2017). Der Faktor des suchtartigen Verhaltens und der Gewohnheit kann sowohl als Auslöser für Binge-Watching-Verhalten, als auch als Effekt dessen auftreten. Es handelt sich um eine Spirale, aus der es schwer sein kann für die Rezipient*innen wieder herauszukommen. Es kann auch zu Schuldgefühlen kommen, da man diese Zeit nicht mit echten Menschen und produktiven Aktivitäten verbracht hat, sondern mit dem Binge-Watching (Kubey und Csikszentmihalyi, 2002).

3.2.3 Effekte von Binge-Watching

Da im letzten Kapitel nun einige der möglichen Auslöser von Binge-Watching-Verhalten genannt und erklärt wurden, ist es nun Zeit einen Blick auf die Auswirkungen dieses exzessiven Fernsehserien-Konsums zu werfen. Dabei kann es sowohl zu körperlichen als auch psychischen Folgen kommen und auch zu jenen, die beispielsweise das soziale Leben

betreffen. Hierbei sind sowohl positive als auch einige negative Effekte möglich, die das Leben der Rezipient*innen beeinflussen können (Dandamudi und Sathiyaseelan, 2018).

Die gesellschaftlichen Kontakte können unter solch einem ausartenden Verhalten, wie es beim Binge-Watching öfters der Fall ist, durchaus leiden. Zwar bekommt man vielleicht wie oben beschrieben das Gefühl dazuzugehören, da man über gewisse Themen in den Fernsehserien mitreden kann, jedoch kann es auch zu einer Reduktion der sozialen Interaktionen und Aktivitäten kommen. Die Rezipient*innen verbringen eventuell immer mehr Zeit zu Hause oder vor ihren Bildschirmen um Serien zu schauen. Dies kann dazu führen, dass diese sich nicht mehr so oft mit Freund*innen oder Kolleg*innen treffen, wie zuvor. Wenn dieses Verhalten ausartet und suchtmäßig wird, ist es möglich, dass dadurch Freundschaften zerbrechen oder auch einfach die soziale Interaktion mit anderen Personen immer weniger wird, da man immer mehr parasoziale Beziehungen aufbaut und dadurch die realen Beziehungen zu Freund*innen, Kolleg*innen und Familie vernachlässigt. Andere Freizeitaktivitäten wie beispielsweise mit Freund*innen ausgehen, ins Kino zu gehen oder an Sportgruppen teilzunehmen werden hierbei oft durch das Fernsehserien-Schauen ersetzt und fallen somit manchmal gänzlich weg. Dies führt dazu, dass die Rezipient*innen eine starke Reduktion der sozialen Kontakte erleiden (Sussmann und Moran, 2013). Jedoch kann Binge-Watching nicht nur negative Auswirkungen auf die sozialen Kontakte haben, sondern auch positive. Dies ist stark abhängig davon, in welchem sozialen Kontext man das Serienschauen praktiziert. Wie bereits in dem Kapitel über Auslöser von Binge-Watching beschrieben wurde, kann dieses Verhalten auch zu mehr sozialer Interaktion führen. Die Rezipient*innen treten miteinander in Kontakt, um über ihre liebsten Fernsehserien zu sprechen und sich darüber auszutauschen. Dies schafft eine Verbindung zwischen den Personen, was zu mehr und intensiveren Kontakten zu anderen Personen führen kann. Doch oft wird nicht nur über eine Serie mit anderen Menschen gesprochen, sondern sogar gemeinsam konsumiert. Durch Serien-Streamingdienste ist es mittlerweile besser möglich Serien-Abende gemeinsam mit Freund*innen zu organisieren. Diese Marathons werden häufig als soziale Events am Wochenende geplant und können somit Teil der klassischen sozialen und gesellschaftlichen Freizeitaktivitäten werden. Doch nicht nur in Gruppen kann es einen positiven Einfluss auf die Rezipient*innen haben, auch unter Beziehungspartner*innen kann sich das Serienschauen als Ritual etablieren. Dies kann durchaus positiv auf die Intimität und Verbindung zwischen den beiden Partner*innen wirken. Möglicherweise kann abendliches „Netflix und Chill“ mit dem*der Partner*in dazu führen, dass man mehr Zeit mit der Person verbringt und dadurch auch gemeinsame Interessen teilt und denen nachgeht (Mikos, 2016). Andere Studien jedoch

zeigen wiederum, dass Binge-Watching meistens alleine betrieben wird. In Gruppen wird nur selten ein so exzessives Serien-Konsum-Verhalten gepflegt. Hierbei sind sich die Studien also nicht einig (Ahmed, 2017).

Neben den sozialen Kontakten ist es auch möglich, dass das Binge-Watching einen Einfluss auf die Ausbildung der Rezipient*innen hat. Es gibt hauptsächlich Studien die sich auf Student*innen an Universitäten beziehen. Hierbei werden Fernsehserien häufig als Ablenkung angesehen. Viele Student*innen konsumieren diese nebenbei, während sie Lernen oder an einer Arbeit für die Uni schreiben. Dies kann sich auf die Qualität des Lernens oder der Aufgaben, die währenddessen erledigt werden, auswirken (Jacobsen und Forste, 2011). Dabei handelt es sich eher um einen negativen Effekt, jedoch gibt es etliche Studien, die keinen Zusammenhang zwischen Binge-Watching und schlechten Noten im Studium finden können. Scheinbar hat also der exzessive Serien-Konsum auf eine gewisse Art doch keinen Einfluss auf die Qualität, die die Student*innen in ihrem Studium vorlegen. Es scheint hier die Fähigkeit des Multitaskings einen essenziellen Aspekt auszumachen (Jacobsen und Forste, 2011). Was jedoch Pino und Smith feststellen konnten, ist, dass es durchaus einen Zusammenhang zwischen exzessivem Fernsehkonsum und Schummeln bzw. auch Plagiarismus an Universitäten gibt. Aus welchen Gründen dies der Fall ist, ist nicht bekannt (Pino und Smith, 2003).

Neben den eben beschriebenen Auswirkungen auf die sozialen Kontakte und die Ausbildung der Rezipient*innen, kann Binge-Watching auch Einfluss auf den physischen Gesundheitszustand der Personen haben. Es können sowohl Veränderungen in der körperlichen Fitness, in den Schlafgewohnheiten als auch beim Essverhalten auftreten. Die physischen Aspekte, die das exzessive Serienkonsum-Verhalten haben kann, sind also sehr vielfältig. Wenn man das Essverhalten der Personen, die einen erhöhten Fernsehkonsum pflegen, betrachtet, ist durchaus eine Veränderung zu erkennen. Die Rezipient*innen weisen eine wesentlich ungesündere Ernährung auf, als jene die keinen besonders hohen TV-Konsum haben. Der Grund dafür könnte sein, dass während des Serienschauens mehr Zeit zur Verfügung steht, um Essen und Trinken zu konsumieren, was zu einer erhöhten Kalorienzufuhr führen kann. Hierzu kommt, dass bei diesen Personen auch ein vermehrter Konsum von ungesunden Lebensmitteln, wie Fast Food, Chips und diversen anderen Snacks, Softdrinks usw. festgestellt wurde (Van den Bulck, 2000). Gepaart mit dem Fakt, dass es sich beim Fernsehen und Serien-Schauen um eine sitzende Tätigkeit handelt, kann dies negative Auswirkungen auf den Körper der Rezipient*innen haben. Personen, die ein exzessiveres TV-

Konsum-Verhalten aufweisen, neigen dazu, ihren Körper weniger zu bewegen, was somit eine direkte Auswirkung auf den Fitnesszustand hat (Meyer et al, 2008). Ein weiterer Aspekt, der in diesem Kontext untersucht wurde, ist der Zusammenhang zwischen vermehrtem TV-Konsum und Übergewichtigkeit. Van der Bulck konnte in seiner Studie keine Korrelation feststellen, während andere Studien durchaus eine erhöhte Chance zur Übergewichtigkeit bei vermehrtem TV-Konsum feststellen konnten (Van der Bulck, 2000). Es wurde bereits bei einem Fernsehkonsum von mehr als zwei Stunden am Tag festgestellt, dass diese Personen öfter einen erhöhten BMI (= Body Mass Index) haben und demnach als übergewichtig gelten. Ob dies direkt mit der ungesünderen Ernährung und weniger Bewegung zusammenhängt, wurde nicht untersucht (Bowman, 2006). Eine weitere Folge von erhöhtem Fernseh-Konsum könnte ein Einfluss auf den Schlaf der Rezipient*innen sein. Schlaflosigkeit, Müdigkeit, verminderte Schlafqualität und allgemein weniger Schlaf sind Faktoren, die von Binge-Watching negativ beeinflusst werden können (Van der Bulck, 2000). Als Grund dafür kämen starke Reize vor dem Schlafengehen in Frage. Durch das erhöhte Involvement bei parasozialen Beziehungen kommt es zu einer höheren Erregung der Reize der Rezipient*innen. Wenn dies vor dem Schlafengehen der Fall ist, kann es zu einer inneren Unruhe führen, die zu einem Mangel an Schlaf, Schlaflosigkeit oder einer verminderten Qualität des Schlafes führen kann. Die komplexen Narrative regen die rezipierenden Personen zum Nachdenken an und führen dazu, dass auch nach dem Ansehen der Serie über den Plot und die Charaktere nachgedacht wird. Dies kann demnach dazu führen, dass vor dem Schlafengehen noch kognitive Reize verarbeitet werden und der Geist nach der Serie eine längere Zeit braucht, um sich völlig zu beruhigen. Am Tag darauf weisen die Rezipient*innen eine höhere Müdigkeit auf (Exelmans und Van den Bulck, 2017).

Nicht nur auf den Körper kann solch exzessives Binge-Watching-Verhalten Auswirkungen haben, sondern auch auf die Psyche. Sowohl, was die emotionale Ebene betrifft, als auch die kognitiven Prozesse, können dadurch eine Veränderung durchlaufen. Laut Kubey und Csikszentmihalyi ist nach dem Binge-Watching ein niedrigeres Maß an Wachsamkeit vorhanden als zu Beginn der Serien-Session und außerdem fällt es den Rezipient*innen schwerer, sich zu konzentrieren. Die Personen weisen durchaus auch eine geringere Aufmerksamkeitsspanne auf und allgemein sind die kognitiven Prozesse weniger wachsam und die Konzentration wird schwächer. Es fällt den rezipierenden Personen schwerer danach sich auf etwas zu fokussieren (Kubey und Csikszentmihalyi, 2002). Doch dies kann nicht nur momentane, sondern auch langwierige Folgen nach sich ziehen. Beispielsweise wurde bei Erwachsenen, die in jüngeren Jahren bereits viel Fernsehen konsumiert haben, im Nachhinein

ein Zusammenhang zwischen dem Konsum und schwächeren kognitiven Funktionen nachgewiesen. Dies wirkte sich zum Beispiel unter anderem auf die Verarbeitungsgeschwindigkeit aus. Die hängt auch mit einer niedrigen Bewegungsrate der Rezipient*innen zusammen (Hoang et al, 2016). Neben diesen negativen Einflüssen auf die kognitiven Fähigkeiten ist es auch möglich emotionale Folgen davonzutragen, die bis hin zu psychischen Krankheiten reichen können. Eine emotionale Folge davon bezieht sich auf die Genugtuung, die die Zuschauer*innen aus dem Binge-Watching ziehen. Je länger sie konsumieren, desto weniger Befriedigung bekommen sie davon. Ab einer Watch-Time von ca. vier Stunden am Tag, können sogar Schuldgefühle auftreten, dass man den Tag nicht sinnvoller genutzt hat. Demnach ist auch die Zufriedenheit geringer und es treten keinerlei Gefühle der Erfüllung mehr auf. Auch die Stimmung der Rezipient*innen verbessert sich durch Binge-Watching nicht. Diese bleibt entweder gleich oder verschlechtert sich sogar, da sie die eben beschriebenen Schuldgefühle bekommen, da sie viel zu Zeit für das Serien-Schauen verschwendet haben (Kubey und Csikszentmihalyi, 2002). Wie bereits im Kapitel über die parasozialen Beziehungen angeschnitten wurde, kann Binge-Watching jedoch auch fatale Nachwirkungen für die mentale Gesundheit mit sich bringen. Häufig ist es der Fall, dass die Rezipient*innen nach dem Ende einer Show eine Leere und Einsamkeit in sich spüren. Dies kann von temporären und leichten Gefühlen der Niedergeschlagenheit, bis hin zu Depressionen führen (Devasagayam, 2014). Diese treten meist auf, wenn dabei starke Verbindungen zu den Charakteren der Show involviert sind. Dies sind die sogenannten Parasocial Break-Ups. Dabei kann es zu starken Einsamkeitsgefühlen kommen, die bis hin zu einer psychischen Erkrankung, wie Depressionen, führen können. Dies tritt meist auf, wenn eine Serie zu Ende ist oder ein Charakter, zu dem man eine starke parasoziale Beziehung aufgebaut hat, aus der Serie genommen wird (Eyal und Cohen, 2006). Starke Einsamkeit und Depressionen gehen auch umgekehrt des Öfteren mit Binge-Watching-Verhalten einher. Dies ist also auch in umgekehrter Kausalität von Bedeutung. Angstzustände können ebenfalls daraus resultieren und auch zu einem exzessiveren Serien-Konsum führen (Devasagayam, 2014). Jedoch sind diese Ergebnisse nicht unangefochten. Die Wissenschaft ist sich bei den Effekten von Binge-Watching durchaus des Öfteren uneinig. Es gibt Studien, die keinen kausalen Zusammenhang zwischen Einsamkeit und Binge-Watching-Verhalten finden konnten. Es könnte jedoch sein, dass das Binge-Watching zwar keine direkte Auswirkung auf den Faktor der Einsamkeit bei den Rezipient*innen hat, jedoch sehr wohl einen Einfluss auf die sozialen Kontakte und die Nicht-Erfüllung von sozialen Bedürfnissen. Dies könnte wiederum auf die Einsamkeit der Konsument*innen Auswirkungen haben (Ahmed, 2017).

Hierbei gibt es also noch einige Uneinigkeiten bei den unterschiedlichen Studien und Wissenschaftler*innen, die sich mit der Thematik beschäftigt haben. Auch bei der empirischen Untersuchung in dieser Arbeit wird auf diesen Aspekt eingegangen, um zu überprüfen, inwiefern die Symptome einer Depression in Zusammenhang mit Binge-Watching und Streamingdiensten stehen.

Eine der größten Gefahren, was Binge-Watching betrifft, könnte jedoch tatsächlich sein, dass die möglichen Folgen dessen in der allgemeinen Bevölkerung sehr stark untergehen und kaum wahrgenommen werden. Viele der Symptomatischen, sowohl die körperlichen als auch die geistigen, kommen eher schleichend und sobald man mitten drin ist im exzessiven Serien-Konsum-Verhalten, fallen viele der dadurch resultierenden Effekte, gar nicht mehr auf. Binge-Watching ist mittlerweile stark verbreitet und das obwohl über die Risiken kaum gesprochen wird. Dies könnte laut Wissenschaftler*innen zu einer Verharmlosung führen, die das Ganze gefährlich macht, da die allgemeine Bevölkerung dadurch nicht für eventuelle Folgen sensibilisiert wird (Devasagayam, 2014).

3.3 Musiktherapie und Depressionen

Nachdem in den letzten beiden großen Literaturkapiteln eingehend und ausführlich auf den Faktor Filme, Fernsehen und Serien und deren exzessiven Konsum und die Auswirkungen dessen eingegangen wurde, widmet sich das nächste Kapitel dem Thema Musik. Da nicht nur Serien- und Film-Streamingdienste in dieser Untersuchung behandelt werden, sondern auch Musik-Streamingdienste, ist es natürlich auch wichtig auf Musik und dessen Wirkung auf Menschen einzugehen. Im Zusammenhang mit der mentalen Gesundheit und vor allem in Verbindung mit den Symptomen einer Depression, bietet sich hier die Thematik der Musiktherapie an. Hierbei soll eine Grundlage geschaffen werden, um herausfinden zu können, ob der Musikkonsum eine positive oder negative Auswirkung auf die mentale Gesundheit der Rezipient*innen haben kann.

3.3.1 Grundlagen der Musiktherapie

Bei Musiktherapie handelt es sich um eine therapeutische Möglichkeit zur Heilung von Krankheiten und Linderung von Schmerzen. Es geht dabei um die Wiederherstellung oder Aufrechterhaltung von Gesundheit. Hierbei kann sowohl die seelische, die körperliche oder auch die psychische Gesundheit gefördert werden.

„In der Musiktherapie existiert ein weit gefasster Musikbegriff. Dem zufolge ist Musik ein akustisches und zeitstrukturierendes Geschehen, das vom Menschen gestaltet ist. Eingeschlossen sind in diese Definition nicht nur Klänge, Rhythmen, Harmonien und Melodien, sondern auch Geräusche. In der Musiktherapie zählen sogar unbeabsichtigte Geräusche dazu, sofern diese nachträglich als bedeutsam wahrgenommen werden. Musik ist somit stets Artikulation menschlichen Erlebens und hat eine subjektive Bedeutung innerhalb eines gesellschaftlichkulturellen Kontextes.“ (Busch und Metzner, 2015, S. 192f)

Die Musiktherapie umfasst verschiedenste Anwendungsbereiche und auch unterschiedliche Konzepte. Sie kann sowohl zur akuten Behandlung von Krankheiten als auch präventiv oder rehabilitativ eingesetzt werden. Dabei können auch diverse unterschiedliche Ziele verfolgt werden. Beispielsweise kann die Therapie stark mit Emotionen und deren Freilegung verknüpft sein. Dies kann bei der Entspannung helfen oder auch psychotherapeutische Hilfe bei der Verarbeitung von Traumata leisten. Bei psychischen Krankheiten wird Musiktherapie ebenfalls sehr oft eingesetzt, im Bereich der Aggressionsbewältigung oder der Selbstbehauptung oder Rücksichtnahme auf andere. Häufig werden auch Gruppentherapien angewandt, was auch bei Kontaktschwierigkeiten oder sozialen Ängsten helfen kann. Auf die Thematik der Musiktherapie im Zusammenhang mit psychischen Störungen und Krankheiten wird jedoch in einem späteren Unterkapitel noch näher eingegangen (Heise et al., 2013, S. 427).

Erste Nachweise zeigen, dass bereits in der Altsteinzeit eine Verbindung zwischen Medizin und Musik herrschte. Damals wurden aus Tierknochen Instrumente gebaut. Krankheiten wurden damals als etwas angesehen, dass von bösen Geistern ins Leben gerufen wurde und vertrieben werden musste. Dies geschah zur damaligen Zeit mit schamanischen Heilungsriten, bei denen auch Instrumente und Musik im Allgemeinen eingesetzt wurde, um eben diese bösen Geister und ihre Macht zu verdrängen. Musik wurde dafür genutzt, da es eines der wenigen Dinge auf Erden war, dass laut der damaligen Meinung genauso aus einer anderen Sphäre stammte, wie die bösen Geister. Da dies jedoch hauptsächlich Teil eines schamanischen Rituals war, lässt sich dies noch nicht unter den heutigen Begriff der Musiktherapie klassifizieren. Erstmals aktiv gegen Krankheit eingesetzt wurde die Musiktherapie im antiken Griechenland bei den Pythagoreern. Für Pythagoras war Musik reine Mathematik. Laut der pythagoräischen Tonleiter besteht Musik aus mathematischen Intervallen und Zahlenfolgen. Der Körper und die Gesundheit der Menschen galten damals als zahlenmäßig harmonische Ordnung, während Krankheiten als Störung dieser harmonischen Ordnung angesehen wurden. Um diese Ordnung wieder in ein Gleichgewicht zu bringen wurde Musik eingesetzt, welche mit ihren harmonischen zahlenmäßigen Rhythmen diese

wiederherstellen würde (Heise et al., 2013, S. 427). Über die Jahrhunderte hinweg wurde Musik also immer wieder auf unterschiedliche Art und Weise in der Medizin genutzt, um Krankheiten zu behandeln und zu heilen. Im 19. Jahrhundert begann dann die Forschung rund um die Musik im Zusammenhang mit der Medizin. Hierbei wurden hauptsächlich Auswirkungen auf die Psyche der Patient*innen festgestellt, wobei sich die Forscher*innen immer wieder neuen Ansätzen widmeten, jedoch Schwierigkeiten hatten, die Behandlungseffekte der Musik tatsächlich herzuleiten und zu begründen. Auch über die Art und Weise wie Musik in der Medizin eingesetzt werden soll, waren sich die Forscher*innen uneinig. Ob nun fortdauernde, unangenehme, rauschende, euphorische oder ruhige Töne eingesetzt werden sollten oder welche Instrumente dafür am besten geeignet sind, war unklar. Da die Forschung es zu diesem Zeitpunkt nicht schaffte, die positive Behandlungswirkung der Musiktherapie zu erklären, geriet die Methode in der Medizin immer weiter in den Hintergrund (Heise et al., 2013, S. 427). Diese kam erst in den 1950er Jahren wieder auf als Hildebrand Richard Teirich das Buch „Musik in der Medizin“ veröffentlichte, welches praktische Anwendungsmethoden und -bereiche aufzeigte. Als daraufhin auch die Forschung in diesem Bereich wieder aufgenommen wurde, hatte man bereits die notwendigen Mittel um auch körperliche Reaktionen und Reaktionen des Gehirns auf die Musik ausreichend nachzuweisen und damit an einer neuen Stelle in der Forschung anzusetzen. Hierbei wurden die Auswirkungen auf unterschiedlichste Krankheiten untersucht. Jedoch kristallisierte sich dabei heraus, dass der Nutzen hauptsächlich in psychotherapeutischer Sichtweise gegeben ist. Ob es sich nun um die Verarbeitung von Traumata, die soziale Eingliederung durch Gruppen-Musik-Therapien, die Freisetzung von Emotionen oder die Lösung von Aggressionen handelt. Die Musiktherapie findet in vielen Anwendungsbereichen der Psychotherapie einen Platz (Heise et al., 2013). In den Kasseler Thesen wurde 1998 ein Schulen-übergreifender Konsens zwischen den Disziplinen der Medizin, Psychologie, Musikwissenschaft und Gesellschaftswissenschaft verfasst. Dabei wird die Musiktherapie verknüpft mit der Entwicklung einer therapeutischen Beziehung unter Einbeziehung von Musik. Damit grenzt sich die Musiktherapie von anderen Ansätzen wie etwa Musik zur Förderung von Gesundheit ab (Busch und Metzner, 2015, S. 192f). Musiktherapie wird jedoch nicht nur für psychische Störungen und Krankheiten angewandt, sondern auch in Bereichen wie zum Beispiel der Persönlichkeitsentwicklung bei Kindern und Jugendlichen. In Österreich gibt es seit 2009 ein Musiktherapiegesetz, welches regelt und beschreibt, wo Musiktherapie eingesetzt wird. Dies inkludiert, dass Musiktherapie verwendet wird, um nachweisbare Hilfe zu leisten für zum Beispiel krebskranke Kinder und Jugendliche, Menschen mit Psychosen, Koma-

Patient*innen, Personen mit Schädel-Hirn-Traumata und noch einige weitere (Spahn et al., 2015, S. 17).

Ein wichtiger Faktor für den Erfolg von Musiktherapie ist das therapeutische Umfeld und die Beziehung zum Therapeuten selbst. Dies könnte entscheidend sein für die Heilwirkungen der Musiktherapie. Dafür ist es notwendig für die Patient*innen einen geschützten Proberaum zu schaffen, in dem eine vertraute Atmosphäre herrscht und Fehler erlaubt sind. Um das Selbstbewusstsein der Behandelten zu stärken und einen Raum für Selbstreflexion zu schaffen, ist die therapeutische Beziehung zu den Patient*innen essentiell (Heise et al., 2013, S. 427). Das Medium Musik ist also ein wichtiger Bezugspunkt sowohl für die Patient*innen als auch für die Therapeut*innen.

„Durch die Rezeption, Produktion und Reproduktion von Musik werden psychische Prozesse (affektive, kognitive, motivationale und behaviorale) und darüber hinaus sensorische, motorische und physiologische Prozesse sowie soziale Prozesse in Gang gesetzt. Deren Wirksamkeit entfaltet sich im Wahrnehmen, Erleben, Erkennen, Verstehen und Handeln des Patienten. Da sich Musik sowohl auf der Ebene der Hörbarkeit (Materialität, Ereignishaftigkeit) als auch auf der Ebene der Bedeutung (symbolische Repräsentation, Referenz) manifestiert, lässt sich die These ableiten, dass der Einsatz von Musik in der Musiktherapie zum einen auf den Gewinn ästhetischer (performativer, mimetischer, responsiver) Kompetenzen und zum anderen auf den Gewinn semiotischer (interpretativer, translationaler, reflexiver) Kompetenzen abzielt.“ (Busch und Metzner, 2015, S.193)

Wie man also an diesem Zitat von Busch und Metzner gut erkennen kann, handelt es sich bei der Musiktherapie nicht um ein einfaches Prinzip, sondern um ein multikausales. Zum Teil laufen die Prozesse getrennt voneinander ab, teilweise jedoch auch parallel oder manchmal sind sie auch ineinander verschlungen. Die Kompetenzen, die daraus gewonnen werden können, sind demnach auch sehr vielfältig und breit gefächert, wie man hier erkennen kann. Aus diesem Grund wird die Musiktherapie auch bei vielen unterschiedlichen psychischen Krankheiten angewandt und kann je nachdem mit welcher Strategie in den Therapiesitzungen vorgegangen wird, ob sie in der Gruppe oder auch einzeln zur Anwendung kommt oder auch ob es sich dabei um rezeptive oder aktive Musiktherapie handelt, unterschiedliche Behandlungserfolge erzielen (Busch und Metzner, 2015, S.193). Positiv zu bemerken ist außerdem, dass die Drop-Out Rate bei den Musiktherapie-Behandlungen gleich nach Beginn, im Vergleich zu anderen Behandlungsmethoden, verhältnismäßig gering ist. Auch der über die Therapie hinausgehende Aspekt ist von Vorteil. Vor allem beim aktiven Musizieren wird ein Effekt sichtbar, da die PatientInnen durchaus auch außerhalb der Therapiestunden dazu neigen, dies als Hobby weiter zu betreiben (Busch & Metzner, 2015, S. 211-213).

3.3.2 *Aktive vs. Rezeptive Musiktherapie*

Wie bereits eben erwähnt gibt es in der Musiktherapie unterschiedliche Ansätze. Dabei gilt es zum einen zwischen Gruppen- und Einzeltherapie zu entscheiden und zum anderen zwischen aktiver und rezeptiver Musiktherapie. Hierbei gibt es jedoch auch wieder verschiedene Arten und Variationen. Manche schließen dabei auch Körperbewegungen mit ein und wieder andere nutzen auch noch andere Medien dafür. Jedoch gibt es eine grundsätzliche Unterscheidung in die beiden Kategorien der aktiven und rezeptiven Musiktherapie (Busch und Metzner, 2015, S.193).

- **Aktive Musiktherapie:** Bei der aktiven Musiktherapie steht das Musizieren der Patient*innen im Vordergrund. Hier wird Musik nicht nur gehört, sondern selbst gemacht, entweder mit der eigenen Stimme, leicht zu spielenden Instrumenten oder auch mit den Händen. Ein wichtiger Punkt hierbei ist, dass keinerlei musikalische Vorerfahrung der Patient*innen von Nöten ist, um Musiktherapie anzuwenden. Allgemein kommen in der Musiktherapie viele verschiedene Musikinstrumente zum Einsatz, welche von den Patient*innen selbst ausgewählt werden. In den extra dafür vorgefertigten Räumen steht meist eine große Auswahl bereit. Eben diese Auswahl soll die Patient*innen auch anregen, vielleicht etwas neues zu versuchen und damit zu experimentieren. Es entscheidet also im Endeffekt der*die Patient*in, mit welchen Instrumenten er*sie sich ausdrücken möchte. Auch der*die Therapeut*in wählt dabei ein Instrument für sich selbst aus. Im Fokus steht hier der Ausdruck der Gefühle und Emotionen. Die Musik wird dabei als nonverbales Kommunikationsmittel verwendet um das Innere der Patient*innen nach außen zu kehren. Bereits bei der Auswahl der Instrumente gibt es hier einen Ansatzpunkt sich mit der eigenen Einstellung und der inneren Haltung auseinander zu setzen und zu erkunden, warum man sich gerade für eben dieses oder jenes Instrument entschieden hat. Grundsätzlich geht es bei der aktiven Musiktherapie um einen Wechsel zwischen Musizieren und Gespräch. Das Musikmachen findet meist in der Form der Improvisation statt. Der*Die Therapeut*in ist dabei ein*e Partner*in, der*die mit einem gemeinsam spielt und somit entsteht ein nonverbales Gespräch zwischen den beiden. Der*Die Therapeut*in kann dabei unterstützen, entgegenwirken, begleiten und noch vieles mehr, um die Dynamik des Musizierens zu verändern. Manche Therapeut*innen beziehen bestimmte Rituale und Abläufe in die Stunden mit ein, wiederum andere haben nur eine minimal geplante Struktur und der Rest ergibt sich aus dem Miteinander. Vor allem der Spaß und der

Ausdruck an Emotionen darf bei diesen Therapiestunden nicht zu kurz kommen (Heise et al., 2013, S. 427) (Busch und Metzner, 2015, S.193).

- **Rezeptive Musiktherapie:** Bei der rezeptiven Musiktherapie wird den Patient*innen Musik vorgespielt, entweder live oder von einem Tonträger ausgehend. Kernpunkt dabei ist das gemeinsame Hören und Erleben der Musik. Die Patient*innen lassen die Musik auf sich wirken, wobei sich diese entfalten und die Patient*innen auf unterschiedliche Art und Weise beeinflussen kann. Dies kann sinnvoll sein, um beispielsweise Entspannung herbeizuführen und dadurch eine ruhige Gesprächssituation zu schaffen oder auch gewissen Assoziationen und Erinnerungen bei den Patient*innen auszulösen. Weiters ist es wichtig, dabei auch die ausgelösten Prozesse zu reflektieren und zu besprechen. Egal ob es sich um Emotionen, Erinnerungen, Fantasien oder körperliche Reaktionen handelt, die durch die Rezeption der Musik hervorgebracht werden, all diese Punkte bieten danach einen Ansatz für ein Gespräch und eine Diskussion bzw. Reflexion. Diese Art der Therapie kann auch interdisziplinär kombiniert werden, nämlich dass die gehörte Musik zu anderen Aktivitäten wie Malen oder Tanzen anregen soll (Heise et al., 2013, S. 427) (Busch und Metzner, 2015, S.193f).

Bei beiden Arten sind Emotionen ein wichtiger Bestandteil der Musiktherapie. Musikhören löst bei den Menschen sogenannte ästhetische Emotionen aus. Dabei handelt es sich nicht um oberflächliche Emotionen, sondern um jene, die zu messbaren Reaktionen des Nervensystems führen. Im Zusammenhang mit Musik werden diese als SEM, die Abkürzung für starke Emotionen beim Musikhören, bezeichnet. Diese treten auf, wenn beim Musikhören körperliche Reaktionen wie zum Beispiel Gänsehaut, erhöhter Herzschlag, „Schmetterlinge im Bauch“, Tränen oder etwa der sogenannte Kloß im Hals auftreten. Die Forschung beschäftigt sich hierbei zum Beispiel sehr stark mit dem Gänsehaut-Feeling, den sogenannten Chills. Diese können beispielsweise durch plötzliche strukturelle Veränderungen der Musik, den Anfang von etwas Neuem, die Erhöhung der Lautstärke im hohen Register, die Verknüpfung mit positiven emotionalen Erinnerungen oder eine allgemeine Vorliebe für das betreffende Musikgenre, auftreten. Körperlich gehen derart starke Emotionen außerdem mit noradrenerger Aktivität des Gehirns und mit der Ausschüttung von Belohnungshormonen, Dopamin und Endorphin, einher. Das Belohnungssystem des Körpers wird dabei aktiviert und es kommt zu Wohlbefinden bei den Rezipient*innen. Deshalb ist es besonders bei

psychischen Krankheiten, wie Depressionen eine weit verbreitete Möglichkeit, Musiktherapie anzuwenden. Jedoch auch bei der psychologischen Behandlung von Alzheimer-Patient*innen kann Musik hilfreich sein, da es dabei möglich ist positive Erinnerungen zu aktivieren und mit der Musik zu verknüpfen und zu manifestieren (Altenmüller und Bernatzky, 2015, S. 222ff).

Welche Ausformung und Art der Musiktherapie genutzt wird, entscheiden die Therapeut*innen anhand der bekannten Hintergründe und Probleme der Patient*innen. Dies wird immer individuell evaluiert und mit Blick auf den Kontext der Patient*innen entschieden (Heise et al., 2013, S. 427). Für die Studie, die im Rahmen dieser Masterarbeit durchgeführt wird, ist hauptsächlich der Aspekt der rezeptiven Musiktherapie und wie sich das Musikhören auf den geistigen Zustand der Konsument*innen auswirken kann, wichtig.

3.3.3 Musik als Mittel gegen psychische Krankheiten

Musiktherapie kann bei unterschiedlichen psychischen Krankheiten Anwendung im Rahmen der Behandlung finden, jedoch ist dies häufig bei Depressionen der Fall. Musiktherapie wird dabei oft als ergänzende Behandlungsmethode genutzt, vor allem wenn die Patient*innen auf Antidepressiva nicht wirksam ansprechen. Es ist bei 35% der Personen der Fall, dass die erste medikamentöse Behandlung mit Antidepressiva nicht den gewünschten positiven Effekt hat. Als Folge dessen ist es sinnvoll ergänzende Methoden hinzuzuziehen (Heise et al., 2013, S. 432). Die Musiktherapie wird also kaum als einzelne Therapie eingesetzt, sondern immer im Zusammenhang mit anderen Strategien gepaart, um diese zu unterstützen und das Ergebnis zu verbessern und zu beschleunigen. Lange Zeit war die tatsächliche Wirkung von Musiktherapie eher umstritten, jedoch gibt es mittlerweile einige Studien, welche belegen, dass eine tatsächliche Verbesserung der psychischen Krankheiten durch den zusätzlichen Einsatz von Musiktherapie möglich ist. Heise et al beispielsweise konnten mit einer Analyse mehrerer Studien einen Zusammenhang zwischen der Verbesserung der Symptome einer Depression und einer musiktherapeutischen Behandlung nachweisen. Nach einer Woche waren in den ausgewählten Studien jedoch trotzdem noch 63% der Patient*innen leicht depressiv. Dies entspricht ungefähr dem Wert, der auch mit Psychotherapie und Einnahme von Antidepressiva gilt. Nach zwei Wochen war schon ein deutlicher Fortschritt zu sehen, wobei bereits ein Drittel der Personen die Kriterien für eine Therapieresponse erfüllte. Es ist jedoch auf Grund der unterschiedlichen Studien, die miteinfließen schwierig, eine Dauer und Frequenz festzusetzen, bei der die Musiktherapie besonders wirksam ist (Heise et al., 2013, S. 432). Auch Gold et al beschäftigten sich 2009 bereits mit der Thematik und konnten in ihrer Studie ebenfalls einen positiven Zusammenhang zwischen der Anwendung von Musiktherapie

und der Verbesserung der Symptome einer Depression feststellen. Bereits nach drei bis zehn Sitzungen waren kleine Effekte zu vermerken, nach zehn bis 24 Sitzungen waren es schon mittlere und nach 16 bis 51 Sitzungen große Effekte, die hierbei die Symptome der Depression verbesserten (Gold et al., 2009). Zwar gibt es einige Studien, die eine Verbesserung der Symptome einer Depression anhand von Musiktherapie, welche zusätzlich zu anderen Therapiemethoden angewandt wurde, nachweisen, jedoch ist der allgemeine Konsens der Forschung noch nicht so weit, um sagen zu können, dass Musiktherapie tatsächlich eine Wirkung auf die Verbesserung des Krankheitszustandes der Patient*innen hat. Es handelt sich dabei um ein Phänomen, welches schwierig korrekt nachzuweisen ist, da die Musiktherapie nur in Zusammenhang mit anderen Therapiemethoden als Ergänzung fungiert und bisher noch keine Studien existieren, die auch die Wirkung über die Therapiestunden hinaus nachweisen können. Zur Langzeitwirkung ist demnach noch nicht viel bekannt. Einzelfälle zeigen auch, dass für den Behandlungsbeginn Musiktherapie als Strategie ungeeignet ist, vor allem wenn es sich dabei um schwere oder chronische Fälle von Depressionen handelt. Hierbei ist die Verbindung mit anderen Therapiemethoden wichtig und vor allem der zwischenmenschliche Prozess dabei kann von Bedeutung sein. Außerdem wären auch noch Studien notwendig, die die Wirkung von Musik und Musizieren auf gesunde Menschen noch näher untersuchen, damit ein Unterschied festgestellt werden kann (Metzner und Busch, 2015, S. 197ff).

3.3.4 Der Einfluss von Musik auf die Stimmung und das Wohlbefinden

Doch nicht nur der Einsatz von Musik im Bereich der Therapie gegen psychische Krankheiten und Störungen wird von der Forschung aufgegriffen. Auch Musikkonsum als Freizeitaktivität und wie sich das auf das Wohlbefinden der Konsument*innen auswirkt, wurde bereits untersucht. Cuypers et al beispielsweise konnten in ihrer Studie einen Zusammenhang zwischen der privaten Rezeption von musikalischen Inhalten, der kreativen Auslebung, kulturellen Aktivitäten und einer verminderten depressiven und ängstlichen Affektivität feststellen (Cuypers et al., 2012). Clift et al stellten einen Effekt zwischen dem Chorsingen und einer Stressreduktion im Alltag, größerem Wohlbefinden und weniger depressiven Symptomen, fest (Clift et al., 2008). Studien, die dem ganzen Effekt vorausgehen, befassen sich mit der Thematik und Theorie des Mood-Managements. Diese Theorie geht davon aus, dass die Konsument*innen gewisse Medien selektiv nutzen, um auf Grund von Wirkungserfahrungen, bewusst oder unbewusst, ihre Stimmung dahingehend zu beeinflussen, dass diese positiver wird (Zillmann, 1988). In Bezug auf Musik als Medium untersuchte

Schramm die Theorie des Mood-Managements. In weiterführenden Studien konnte ein kurzfristiger Effekt des Mediums Musik auf die Stimmung festgestellt werden (Schramm, 2005). Voraussetzung dafür, dass die Theorie des Mood-Managements angewandt werden kann, ist ein grundsätzliches Verständnis der rezipierenden Personen von Emotionen und davon wie sich diese in der Musik ausdrücken. Dabei sind musikalische Faktoren wie Rhythmen, Tempi, Stimmungen und vieles mehr von Bedeutung, durch die Emotionen wie Trauer, Freude, Wut oder ähnliches ausgedrückt werden können. Hierbei ist es notwendig, dass die Konsument*innen dies richtig interpretieren können, da sie es sonst auch damit nicht regulieren können (Sloboda und Juslin, 2005). Es handelt sich beim Mood-Management rein um eine alltägliche Stimmungsregulation, die bei den Konsument*innen auftritt und nur kurzfristig anhält. Diese Theorie lässt sich jedoch nicht bei Personen anwenden, die an einer schweren psychischen Krankheit leiden. Der Langzeiteffekt dieses Konsums ist jedoch noch wenig erforscht (Metzner und Busch, 2015, S. 202). Es wird davon ausgegangen, dass wenn der Musikkonsum auf einer regelmäßigen Basis beruht und dies über einen längeren Zeitraum angewandt wird. Es kann auch Auswirkungen auf den Gemütszustand und das körperliche, seelische, psychische und soziale Wohlbefinden, der Konsument*innen, haben (Wilkinson et al., 2009).

4. Hypothesen

Um die gesetzten Forschungsziele erreichen zu können ist es notwendig aus dem eben beschriebenen Forschungsstand der unterschiedlichen Bereiche Hypothesen zu formulieren welche nach der Untersuchung verifiziert oder falsifiziert werden können.

Tabelle 2: Übersicht über alle zu prüfenden Hypothesen

Zu Forschungsfrage 1:

Hypothese 1: *Je exzessiver die Rezipient*innen Online-Streamingdienste konsumieren, desto häufiger und stärker treten bei den Rezipient*innen Symptome einer Depression auf.*

Zu Forschungsfrage 2:

Hypothese 2: *Der Effekt der exzessiven Nutzung auf das Auftreten von Symptomen einer Depression bei den Rezipient*innen ist beim Konsum von Film- und Serien-Streamingdiensten stärker, als beim Konsum von Musik-Streamingdiensten.*

Zu Forschungsfrage 3:

Hypothese 3.1: *Wenn die Film- und Serien-Streamingdienste hauptsächlich alleine konsumiert werden, dann verstärkt dies den Effekt von exzessivem Konsum auf das Auftreten der Symptome einer Depression bei den Rezipient*innen.*

Hypothese 3.2: *Wenn Film- und Serien-Streamingdienste hauptsächlich zuhause konsumiert werden, dann verstärkt dies den Effekt von exzessivem Konsum auf das Auftreten der Symptome einer Depression bei den Rezipient*innen.*

Hypothese 3.3: *Wenn die Musik-Streamingdienste hauptsächlich alleine konsumiert werden, dann verstärkt dies den Effekt von exzessivem Konsum auf das Auftreten der Symptome einer Depression bei den Rezipient*innen.*

Hypothese 3.4: *Wenn Musik-Streamingdienste hauptsächlich zuhause konsumiert werden, dann verstärkt dies den Effekt von exzessivem Konsum auf das Auftreten der Symptome einer Depression bei den Rezipient*innen.*

*Hypothese 1: Je exzessiver die Rezipient*innen Online-Streamingdienste konsumieren, desto häufiger und stärker treten bei den Rezipient*innen Symptome einer Depression auf.*

Die Hypothese 1 zur Forschungsfrage 1 ergibt sich hauptsächlich aus den bereits existierenden Studien, die sich mit dem Thema Binge-Watching beschäftigen. Unter diesen Forschungen gibt es einige, die sowohl psychische als auch körperliche Nachwirkungen feststellen konnten, die damit zusammenhängen, wie häufig die Rezipient*innen Online-Streamingdienste konsumieren und ob diese dabei einen exzessiven Konsum von Filmen und Serien pflegen. Zwar treten auch vereinzelt andere Meinungen in den Arbeiten der Wissenschaftler*innen auf, jedoch kommt die überwiegende Mehrheit der existierenden Forschung zu dem Schluss, dass durchaus ein Zusammenhang zwischen dem exzessiven Konsum, der beim Binge-Watching gepflegt wird, und einer Verschlechterung der mentalen Gesundheit bei den rezipierenden Personen, besteht. Vieles davon könnte mit den parasozialen Break-Ups zusammenhängen. Jedoch besteht auch durchaus ein gemeinsamer Nenner zwischen Personen, die an Depressionen erkrankt sind und Personen die Binge-Watching exzessiv betreiben (Devasagayam, 2014). Hier gilt es in der Forschung im Rahmen dieser Masterarbeit herauszufinden, ob dieser Zusammenhang auch in diesem Sample besteht.

*Hypothese 2: Der Effekt der exzessiven Nutzung auf das Auftreten von Symptomen einer Depression bei den Rezipient*innen ist beim Konsum von Film- und Serien-Streamingdiensten stärker, als beim Konsum von Musik-Streamingdiensten.*

Die Hypothese 2, welche sich auf die Forschungsfrage 2 bezieht, geht davon aus, dass ein exzessiver Konsum von Serien- und Film-Streamingdiensten einen stärkeren Effekt auf das Auftreten von Symptomen einer Depression haben kann, als der exzessive Konsum von Musik-Streamingdiensten. Auch hierbei stellt einen Teil der Grundlage die Forschung zum Thema Binge-Watching dar. Dabei konnten, wie bereits bei der Begründung der Hypothese 1 beschrieben, durchaus Parallelen gefunden werden, zu Personen, die an Depressionen erkrankt sind. Auch ist es durch die parasozialen Beziehungen und falls diese ein Ende nehmen, möglich, dies als so schweren Verlust zu sehen, dass dies durchaus einen Auslöser für die Erkrankung an Depressionen darstellen könnte (Devasagayam, 2014). Weitere Begründungen und mögliche psychische und auch physische Folgen von exzessivem Film- und Serien-Konsum sind im Kapitel über Binge-Watching im aktuellen Forschungsstand nachzulesen. Im Gegenzug zu Binge-Watching und Filmen und Serien, wird Musik jedoch

häufig als Therapiemöglichkeit für physische und auch psychische Erkrankungen verwendet. Da diese häufig eben auch als Mittel zur Bekämpfung von beispielsweise Depressionen verwendet wird, scheint es hierbei weniger realistisch, dass der exzessive Konsum von Musik-Streamingdiensten häufiger Symptome einer Depression auslösen kann, als der exzessive Film- und Serienkonsum. Auf diesen beiden Standpunkten der Forschung beruhend wird in der Hypothese 2 davon ausgegangen, dass der exzessive Musik-Streamingdienst-Konsum einen weniger starken Effekt auf das Auftreten von Symptomen einer Depression hat als der exzessive Konsum von Film- und Serien-Streamingdiensten.

*Hypothese 3.1: Wenn die Film- und Serien-Streamingdienste hauptsächlich alleine konsumiert werden, dann verstärkt dies den Effekt von exzessivem Konsum von Film- und Serien-Streamingdiensten auf das Auftreten der Symptome einer Depression bei den Rezipient*innen.*

*Hypothese 3.3: Wenn die Musik-Streamingdienste hauptsächlich alleine konsumiert werden, dann verstärkt dies den Effekt von exzessivem Konsum von Musik-Streamingdiensten auf das Auftreten der Symptome einer Depression bei den Rezipient*innen.*

Die Hypothese 3.1 und Hypothese 3.3, welche sich auf die Forschungsfrage 3 beziehen, gehen davon aus, dass bei Personen die Streamingdienste häufiger alleine konsumieren, ein stärkerer Effekt vom exzessiven Konsum von Streamingdiensten auf die Symptome einer Depression auftritt. Dies basiert auf der Annahme, dass Rezipient*innen eher parasoziale Beziehungen zu den Charakteren einer Serie oder zu einer Band aufbauen können, wenn sie allein sind. Wenn noch weitere Personen anwesend sind, neigen die Konsument*innen auf Grund der bereits in diesem Moment vorhandenen sozialen Kontakte weniger dazu, parasoziale Beziehungen mit den fiktiven Charakteren oder den Musiker*innen einzugehen (Ernst et al., 2018). Da parasoziale Beziehungen eine wichtige Rolle spielen bei der Entwicklung von exzessivem Konsumverhalten und beispielsweise Binge-Watching im Zusammenhang mit den dazugehörigen, möglichen physischen und psychischen Folgen steht (Eyal und Tukachinsky, 2018), scheint es eine logische Schlussfolgerung zu sein, dass wenn das Bedürfnis nach sozialen Kontakten bereits durch die Anwesenheit von anderen Personen befriedigt ist, es dazu kommt, dass man nicht so leicht eine Beziehung zu der fiktiven Charakteren oder Musiker*innen aufbaut, und demnach auch parasoziale Break-Ups verhindert werden können. Da parasocial Break-Ups ein Auslöser für Depressionen sein können, wird erwartet, dass der

Effekt von exzessivem Streamingdienst-Konsum auf die Symptome einer Depression stärker ist, wenn die Person diese hauptsächlich alleine konsumiert.

*Hypothese 3.2: Wenn Film- und Serien-Streamingdienste hauptsächlich zuhause konsumiert werden, dann verstärkt dies den Effekt von exzessivem Konsum von Film- und Serien-Streamingdiensten auf das Auftreten der Symptome einer Depression bei den Rezipient*innen.*

*Hypothese 3.4: Wenn Musik-Streamingdienste hauptsächlich zuhause konsumiert werden, dann verstärkt dies den Effekt von exzessivem Konsum von Musik-Streamingdiensten auf das Auftreten der Symptome einer Depression bei den Rezipient*innen.*

Auch diese Hypothesen, welche sich ebenfalls auf die Forschungsfrage 3 beziehen, gehen auf die parasozialen Beziehungen zurück. Wenn man als Person unterwegs ist, ist man häufig mit anderen Menschen und sozialen Interaktionen konfrontiert, während zu Hause oft weniger Personen um einen herum sind als draußen. Dabei scheint es leichter zur Ruhe zu kommen und demnach ist auch hierbei die Wahrscheinlichkeit, sich auf eine Serie, einen Film oder die Musik konzentrieren zu können, höher. Es wird zuhause eher aktiv rezipiert, als passiv, da man nicht so stark abgelenkt werden kann, wie es unterwegs der Fall ist. Je mehr man sich mit dem Inhalt auseinandersetzen kann, desto mehr ist auch die Möglichkeit gegeben, dass man eine parasoziale Beziehung zu den Charakteren aufbauen kann, da man nicht so schnell von anderen sozialen Interaktionen abgelenkt werden kann, wie es unterwegs der Fall ist (Rossmann, 2008, S. 182f). Da die Beendigung von parasozialen Beziehungen oft zu Depressionen führen kann, ist es demnach unwahrscheinlicher, dass die Personen, die die Online-Streamingdienste hauptsächlich unterwegs konsumieren, stärker gefährdet sind, Symptome einer Depression, bei exzessivem Konsum, zu entwickeln (Ernst et al., 2018).

Ergänzend zu den sechs unterschiedlichen Hypothesen zu den ersten drei Forschungsfragen, soll auch noch hypothesengenerierend gearbeitet werden und damit herausgefunden werden, welches Genre am ehesten dazu führt, dass die mentale Gesundheit der Rezipient*innen, im Bezug auf die Symptome einer Depression, darunter leidet. Hierbei sollen sowohl die Genres der Film- und Serien-Streamingdienste als auch jene bei den Musik-Streamingdiensten erhoben werden. Am Ende der Untersuchung soll demnach eine Hypothese erstellt werden, die bei beiden Bereichen aufzeigt, welches Genre bzw. falls es sich um mehrere handeln sollte welche Genres, am ehesten dazu führen können, dass sie bei Konsum einen Einfluss auf die psychische Gesundheit der Konsument*innen, im Speziellen auf die Symptome einer

Depression haben. Es wird also in dieser Arbeit sowohl hypothesenprüfend als auch hypothesengenerierend gearbeitet, um die jeweiligen Forschungsfragen beantworten zu können.

Tabelle 3: Übersicht über alle zu prüfenden Hypothesen inklusive deren Variablen

H.Nr.	Hypothese	Unabhängige Variable	Abhängige Variable	Moderator-Variable
H1	<i>Je exzessiver die Rezipient*innen Online-Streamingdienste konsumieren, desto häufiger und stärker treten bei den Rezipient*innen Symptome einer Depression auf.</i>	Exzessivität des Konsums von Online-Streamingdiensten	Symptome einer Depression	-
H2	<i>Der Effekt der exzessiven Nutzung auf das Auftreten von Symptomen einer Depression bei den Rezipient*innen ist beim Konsum von Film- und Serien-Streamingdiensten stärker, als beim Konsum von Musik-Streamingdiensten.</i>	Exzessivität des Konsums von Online-Streamingdiensten	Symptome einer Depression	Art der Inhalte auf den Online-Streamingdiensten
H3.1	<i>Wenn die Film- und Serien-Streamingdienste hauptsächlich alleine konsumiert werden, dann verstärkt dies den Effekt von exzessivem Konsum auf das Auftreten der Symptome einer Depression bei den Rezipient*innen.</i>	Exzessivität des Konsums von Film- und Serien-Streamingdiensten	Symptome einer Depression	Soziale Situation des Konsums
H3.2	<i>Wenn Film- und Serien-Streamingdienste hauptsächlich zuhause konsumiert werden, dann verstärkt dies den Effekt von exzessivem Konsum auf das Auftreten der Symptome einer Depression bei den Rezipient*innen.</i>	Exzessivität des Konsums von Film- und Serien-Streamingdiensten	Symptome einer Depression	Örtliche Situation des Konsums
H3.3	<i>Wenn die Musik-Streamingdienste hauptsächlich alleine konsumiert werden, dann verstärkt dies den Effekt von exzessivem Konsum auf das</i>	Exzessivität des Konsums von Musik-Streamingdiensten	Symptome einer Depression	Soziale Situation des Konsums

<i>Auftreten der Symptome einer Depression bei den Rezipient*innen.</i>				
H3.4	<i>Wenn Musik-Streamingdienste hauptsächlich zuhause konsumiert werden, dann verstärkt dies den Effekt von exzessivem Konsum auf das Auftreten der Symptome einer Depression bei den Rezipient*innen.</i>	Exzessivität des Konsums von Musik-Streaming diensten	Symptome einer Depression	Örtliche Situation des Konsums

5. Untersuchungsdesign

5.1 Wahl der Forschungsmethode

Um die vorangegangenen Forschungsfragen ordentlich und wissenschaftlich beantworten zu können und die Hypothesen verifizieren oder falsifizieren zu können, ist eine empirische Untersuchung notwendig. Die Methode, die bei dieser Masterarbeit dafür gewählt wurde, und auch am geeignetsten erscheint, ist die, der nicht experimentellen Querschnittsbefragung. Hierbei wird den Proband*innen ein digitaler Fragebogen vorgelegt, welchen sie einmal beantworten sollen. Es soll eine Querschnittsbefragung durchgeführt werden um eventuelle Trends, die sich durch den Konsum von Online-Streamingdiensten ergeben und den Zusammenhang mit mentaler Gesundheit, im Bezug auf die Symptome einer Depression, erkennen zu können. Eine Längsschnittstudie über einen Zeitraum hinweg, wäre hierbei kaum geeignet, da es sich eher um eine Momentaufnahme der breiten Nutzerschaft handeln soll, als um die Veränderung während der Zeit des Binge-Watchings. Es wird also der momentane Konsum und jener, der bis zu dem Zeitpunkt der Befragung getätigt wurde, von den Konsument*innen angegeben. Da es hierbei um das Nutzungsverhalten der Proband*innen und deren Gefühlslage und mentale Gesundheit und eventuelle Symptome dabei geht, ist dies die beste Möglichkeit, um möglichst viele Verhaltensmuster zu erkennen und analysieren und daraus eine finale Erkenntnis zu gewinnen, die für die Zielgruppe einigermaßen repräsentativ ist.

Grundsätzlich soll es sich dabei um eine quantitative Befragung handeln, jedoch wird es bei der Frage nach den Genres eventuell auch notwendig sein einige qualitative Elemente in die Befragung mit ein zu bauen. Quantitativ in dem Sinne, dass bei der Thematik des Nutzungsverhaltens und bei dem Zustand der mentalen Gesundheit, die Proband*innen vorgefertigte Antworten im Fragebogen ausfüllen und ankreuzen und dabei nicht in ihren eigenen Worten antworten werden. Dies ist insofern sinnvoll, als dass beispielsweise für den Aspekt der Symptome von Depressionen bereits aus der Medizin Fragebögen existieren, die diese Symptome dokumentieren. Diese werden in den Fragebogen dieser Masterarbeit eingebaut werden, um auch bei einem sensiblen Thema wie Depressionen und deren Symptome, eine wissenschaftliche Basis zu generieren, die alle dafür benötigten Aspekte berücksichtigt und die hierbei auch möglichst nahe an der Realität von Diagnosen psychischer Krankheiten liegt. Bei den qualitativen Aspekten können die Proband*innen dann nicht nur gewisse vorgegebene Antwortmöglichkeiten auswählen, sondern zum Thema Genre und

jeweilige Präferenzen auch einige Fragen frei und in ihren eigenen Worten beantworten. Der gesamte Fragebogen wird selbstverständlich anonymisiert, so dass die Antworten der Proband*innen nicht zuordenbar sind.

5.2 Rekrutierung der Proband*innen und Zusammensetzung des Samples

Bezogen auf das Alter, das Geschlecht, die Herkunft, die Bildung oder ähnliche demografische Daten wird bei der Befragung keine Limitation eingesetzt. Die einzige Beschränkung, die hierbei gilt, ist jene, dass die teilnehmenden Personen irgendeinen der besprochenen Online-Streamingdienste nutzen. Dieser Aspekt der Limitation wird insofern kundgetan, als dass in der Aufforderung an der Befragung teilzunehmen, darauf hingewiesen wird, dass nur Personen mitmachen sollen, welche auch Online-Streamingdienste konsumieren. Hierbei ist völlig egal, wie alt diese Personen sind, mit welchem Geschlecht sie sich identifizieren oder welche Nationalität sie haben. Auch gibt es keine Hinweise darauf, dass sich diese demografischen Daten auf die Ergebnisse stark auswirken könnten und diese kulturell oder geschlechtlich unterschiedlich sein könnten. Der Fragebogen ist jedoch auf Deutsch formuliert. Demnach können auch nur Personen, die der deutschen Sprache mächtig sind, an der Befragung teilnehmen. Außerdem wird der Fragebogen online stattfinden und über diverse soziale Netzwerke verbreitet werden. Hierbei ist mit einer eher jüngeren Generation an Teilnehmer*innen zu rechnen, jedoch ist dadurch die Teilnahme zu einem großen Teil randomisiert. Jedoch nicht völlig, da der Fragebogen hauptsächlich über Universitätsgruppen verbreitet werden wird, welchen durchschnittlich eher jüngere Personen beiwohnen. Die Befragung wird allerdings in einigen unterschiedlichen Gruppen geteilt, damit die Proband*innen aus vielen unterschiedlichen Spezialgebieten und Studienrichtungen stammen, um hierbei keine kommunikationswissenschaftliche Basis zu schaffen, sondern eine diverse, die sich durch unterschiedliche Fachgebiete zieht. Besonders bei der Verbreitung durch Universitätsgruppen ist es notwendig zu erwähnen, dass dies bezüglich des Alters und des Bildungsgrades durchaus Limitationen mit sich bringt. Auch die Tatsache, dass die Verbreitung online und über soziale Medien erfolgt, impliziert eine gewisse Limitation bezüglich des Alters. Dies geschieht jedoch in vollem Bewusstsein der Autorin. Damit die Proband*innen einen Anreiz haben, um an der Befragung für diese Masterarbeit teilzunehmen, wird unter allen Teilnehmer*innen ein 25€ Netflix-Gutschein verlost. Dabei können die teilnehmenden Personen am Ende des Fragebogens ihre E-Mail-Adresse freiwillig angeben, um bei der Verlosung mitzumachen. Hier wird nach dem Zufallsprinzip ein*e Gewinner*in gezogen, welche per E-Mail den Gutschein-Code zugesendet bekommt. Dabei

wurde ein Netflix-Gutschein als Gewinn ausgewählt, da dieser passend zu Thematik der Befragung erscheint und somit auch Proband*innen anlocken kann, die häufig Streaming-Dienste konsumieren. Jedoch kann es sein, dass es hierbei zu einer Limitation kommt, da anhand des Gewinnspiels Netflix-Nutzer*innen besonders interessiert sind. Dies kann zu einer Überrepräsentation an Netflix-Nutzer*innen im Vergleich zu anderen Plattformen führen. Da es sich jedoch bei Netflix um die größte Film- und Serien-Streaming-Plattform handelt, wäre dies mit hoher Wahrscheinlichkeit sowieso der Fall gewesen. Insgesamt soll sich ein Sample von ungefähr 300 Personen ergeben, bei dem dann eine repräsentative Beantwortung der Forschungsfragen und Verifizierung oder Falsifizierung der Hypothesen, und Hypothesenbildung, möglich ist.

5.3 Aufbau des Fragebogens

Der Fragebogen besteht aus elf verschiedenen Teilen. Im ersten Teil werden die grundsätzlichen Voraussetzungen geklärt. Die Thematik, mit der sich der Fragebogen beschäftigt wird kurz angerissen, damit die Proband*innen sich darauf einstellen können, welche Bereiche innerhalb der Befragung angeschnitten werden. Außerdem werden kurze Infos zu der Verlosung des 25€-Netflix-Gutscheines gegeben und die Teilnehmer*innen werden über die datenschutzrechtlichen Rahmenbedingungen der Ausfüllung des Fragebogens ausgiebig informiert. Hierbei wird betont, dass die Teilnahme freiwillig und anonym erfolgt und die Daten selbstverständlich nicht an Dritte weitergegeben werden und nur der wissenschaftlichen Forschung dienen. Außerdem werden hier Kontaktinformationen angegeben, welche die Proband*innen nutzen können, falls Fragen auftauchen.

Im zweiten Teil startet die eigentliche Befragung. In diesem Abschnitt werden sich die Fragen auf das Nutzungsverhalten von Online-Streamingdiensten beziehen. Die Teilnehmer*innen sollen dabei sowohl Angaben zur Häufigkeit als auch Fragen zur Art der Streamingdienste, welche sie konsumieren, beantworten. Auch die Nutzungsgründe werden angeschnitten. Dieser Abschnitt soll einen Überblick darüber geben, wie exzessiv oder nicht exzessiv die Proband*innen Online-Streamingdienste nutzen und welche Art, also ob Sport, Musik, Filme, Serien, Hörbücher usw., sie hauptsächlich nutzen. Hierbei wird meist mit einer Einfachauswahl gearbeitet und auch damit, dass die Personen angeben, wie oft sie diese Dienste in einer typischen Woche (sieben Tage) nutzen. Lediglich bei der Angabe der Nutzungsgründe und der Online-Streamingdienst-Arten, wird eine Mehrfachauswahl genutzt.

Der nächste Abschnitt widmet sich speziell den Film- und Serien-Streamingdiensten. Auch hierbei soll auf die Nutzungshäufigkeit und -exzessivität eingegangen werden. Der Unterschied zum zweiten Teil ist die Spezifizierung auf die Film- und Serien-Streamingdienste. Hierbei soll auch herausgefunden werden, welche Anbieter am häufigsten von den Proband*innen genutzt werden. Es werden wieder einige Fragen zur Konsumzeit eingebaut und wie auch im vorherigen Teil einige Fragen, welche sich auf eine sieben-Tage-Woche beziehen. Auch die Nutzungsgründe und auch die Streaming-Dienste werden wieder mit einer Mehrfachauswahl abgefragt. Bei den Film- und Serien-Streamingdiensten werden als Auswahl die verbreitetsten Dienste angegeben, jedoch ist es den Proband*innen möglich auch im Feld „Andere“ weitere Streaming-Dienste anzugeben, sollten sie diese nutzen. Zusätzlich zum allgemeinen Teil werden hier noch Fragen hinzugefügt, welche einige Nutzungsmodalitäten abklären sollen. Es wird abgeklärt in welchem Umfeld, also ob eher zuhause oder unterwegs und ob eher alleine oder in Gesellschaft, die Dienste konsumiert werden. Auf exzessiven Konsum hinweisen würde es, wenn die Personen sehr oft außerhalb des tatsächlichen Nutzens über die Inhalte nachdenken und diese auch mit Bekannten oder Freund*innen darüber sprechen. Der vierte Abschnitt ist genau gleich aufgebaut, wie der vorherige Abschnitt, jedoch dreht sich dieser nicht um Film- und Serien-Streamingdienste, sondern um jene Online-Streamingdienste, auf denen man Musik konsumieren kann.

Der fünfte Abschnitt dreht sich um die mentale Gesundheit der Teilnehmer*innen. Hierbei wird der PHQ-9 Fragebogen, welcher auch im medizinischen und psychologischen Bereich zur Diagnose von Depressionen genutzt wird, in den Fragebogen eingebunden. Eine genauere Beschreibung dessen ist unter der Operationalisierung zu finden.

Der sechste Teil des Fragebogens baut inhaltlich auf den PHQ-9 Fragebogen und die Aspekte, die dieser anspricht, auf. Hierbei werden sieben verschiedene Gemütszustände abgefragt. Diese werden immer in Paaren angezeigt, zum Beispiel „glücklich – unglücklich“, und die Proband*innen müssen hierbei auf einer vier-teiligen Skala auswählen, ob sie sich direkt nach dem Film- und Serien-Streamingdienst-Konsum eher als glücklich oder unglücklich beschreiben würden. Die vier Auswahlmöglichkeiten wurden hierbei deshalb gewählt, damit die Personen, nicht intuitiv eher die Mitte der beiden Gemütszustände wählen können. Die Paarungen, die dabei angegeben werden, beruhen auf den Fragen des PHQ-9 Fragebogens und wurden aus diesen Fragen abgeleitet. Weitere Beispiele sind hier „ausgeglichen – unausgeglichen“ oder auch „aktiv – niedergeschlagen“. Der siebte Teil ist wieder genau so aufgebaut, bezieht sich jedoch nicht wie der sechste Abschnitt auf die Film- und Serien-

Streamingdienste, sondern auf die Musik-Streamingdienste, damit diese beiden für die Beantwortung der zweiten Forschungsfrage miteinander verglichen werden können und man am Ende ein spezifischeres Ergebnis bekommt, welche Streamingdienste eher eine negative oder positive Auswirkung auf die mentale Gesundheit der Rezipient*innen haben können.

Beim achten Teil der Befragung kommen erstmals auch qualitative Fragen vor, welche von den Proband*innen in ihren eigenen Worten ausgefüllt werden sollen. Hierbei wird nach den Genre-Präferenzen bei Film- und Serien-Streamingdiensten gefragt. Zuerst können die Proband*innen aus einer Liste an Genres auswählen, welche sie überhaupt konsumieren. Hierbei ist eine Mehrfachauswahl möglich und die Genres wurden ausgewählt, da diese auch auf dem größten Film- und Serien-Streamingdienst Netflix, in der Genreauswahl möglich sind. Jedoch können die Proband*innen unter dem Punkt „Andere“ wieder weitere hinzufügen, damit auch andere Genres erfasst werden können. Danach muss ein Feld ausgefüllt werden, bei dem die Proband*innen ihr präferiertes Genre angeben und eines, bei dem sie das von ihnen am häufigsten konsumierte Genre angeben sollen. Daraufhin folgt eine Reihe an quantitativen Fragen, die sie wieder auf die Paarungen im sechsten und siebten Teil des Fragebogens beziehen. Hierbei wird für jedes Attribut wie beispielsweise „glücklich“, „müde“, „ausgeglichen“ und so weiter herausgefunden werden, bei welchem Genre sich die Rezipient*innen am häufigsten so fühlen. Auch hierbei wird wieder mit der Liste an Genres gearbeitet, wie zuvor. Sollte dies bei keinem Genre der Fall sein, können die Proband*innen das Feld „Andere“ nutzen, um die hier mitzuteilen. Insgesamt ergeben sich hieraus 14 Fragen zu 14 unterschiedlichen Gefühlszuständen. Dies soll dabei helfen, analysieren zu können, bei welchen Genres die Personen sich häufig negativ wie zum Beispiel „müde“ fühlen.

Der neunte Teil des Fragebogens ist genau so aufgebaut wie der achte, jedoch werden hierbei die Musik-Genres abgefragt. Auch hier sind zwei qualitative Fragen enthalten und bei den anderen 14 Fragen werden hierfür die bekanntesten Genres vom Musik-Streamingdienst Spotify herangezogen. Auch bei diesem Teil haben die Proband*innen wieder die Möglichkeit im Feld „Andere“ etwaige andere Genres und Subgenres anzugeben oder im Falle der Gefühlszustände mit hineinzuschreiben, falls dies nicht zutrifft.

Der zehnte Teil geht auf demografische Daten ein, welche hierbei eine Auswirkung auf das Ergebnis haben könnten. Dabei werden, das Alter, das Geschlecht der Befragten, die Arbeitssituation und der höchste abgeschlossene Bildungsgrad ermittelt. Im elften und letzten Teil wird noch die Mail-Adresse abgefragt, falls die Proband*innen, freiwillig an der Verlosung teilnehmen möchten. Am Schluss gibt es noch einen kurzen Überblick über die

Forschung und es werden noch Links eingebaut, an die sich die Personen wenden können, falls sie unter Depressionen leiden sollten.

5.4 Forschungsethische Aspekte

Da es sich bei der Thematik der Masterarbeit doch um eine sehr heikle handelt, ist es besonders wichtig, hier ethisch korrekt und sehr penibel vorzugehen. Depressionen und allgemein psychische Erkrankungen sind ein sehr sensibles, privates Thema. Um dies deshalb so professionell wie möglich anzugehen, wurde zur hauptsächlichen Ermittlung der Symptome einer Depression der PHQ-9 Fragebogen herangezogen. Dieser wird auch in der realen Medizin und Psychologie verwendet und bildet daher eine ethisch korrekte Grundlage für dieses sensible Thema. Selbstverständlich werden die Angaben der Proband*innen anonymisiert und unterliegen den datenschutzrechtlichen Bestimmungen. Auch dieser Aspekt schafft eine sichere Umgebung für die Teilnehmer*innen der Umfrage. Der Fragebogen besteht nur aus textlichen Elementen. Es gibt keinerlei Bilder, Videos oder Ähnliches, das die Proband*innen bezüglich mentaler Gesundheit und Depressionen triggern könnte. Außerdem ist es den teilnehmenden Personen selbstverständlich möglich, jederzeit auszusteigen und die Befragung zu unterbrechen, sollten ihnen die Fragen zu persönlich oder unangenehm erscheinen. Auf die Thematik, die die Masterarbeit und somit auch die Befragung behandelt, wird auf der allerersten Seite des Fragebogens hingewiesen. Auch bevor die Proband*innen auf den Fragebogen klicken, gibt es einen Hinweis, dass sich dieser mit mentaler Gesundheit beschäftigt. Den Teilnehmer*innen ist demnach das grobe Thema von Anfang an bekannt. Ebenfalls wird am Ende der Befragung noch ein Link eingebunden, den man anklicken kann, der die Personen auf das öffentliche Gesundheitsportal Österreichs führt, wo sämtliche Hilfestellungen für Personen, die an Depressionen leiden, angeführt werden, sollten die Proband*innen diesbezüglich Hilfe benötigen. Damit wissen sie an welche Anlaufstellen sie sich im Falle dessen wenden können.

Ein weiterer forschungsethischer Aspekt, der eine große Rolle spielt, ist die Datenerhebung. Zu Beginn des Fragebogens wird geklärt, dass die Daten nur für universitäre Zwecke verwendet werden dürfen und anonymisiert werden. Da die Befragung eine Verlosung beinhaltet, wird danach noch ausdrücklich erwähnt, dass man die E-Mail-Adresse nur für die Verlosung des 25€ Netflix-Gutscheins angeben muss, man jedoch auch dieses Feld überspringen kann, falls man dies nicht möchte. In der Einführung wird außerdem eine Stelle der Universität Wien angegeben, an die sich die Proband*innen wenden können, falls sie

datenschutzrechtliche Fragen haben. Auch die Universitäts-E-Mail-Adresse der Verfasserin wird angegeben, falls anderweitige Fragen bei den Teilnehmer*innen auftreten sollten. Die Proband*innen werden auch darüber informiert, dass sie ihre Daten jederzeit löschen lassen können, falls dies von ihnen gewünscht wird.

Bezüglich der Verlosung wurde in der Nachricht, die gemeinsam mit dem Link zum Fragebogen, in der Facebook-Gruppen und Universitäts-Gruppen geteilt wurde, angegeben, dass der Teilnahmeschluss für die Verlosung der 28. Februar 2021 um 23:59 ist. Danach war es nicht mehr möglich am Fragebogen und an der Verlosung teilzunehmen. Hierbei wurde auch offen mit den Proband*innen kommuniziert, dass der*die Gewinner*in des 25€ Netflix-Gutscheins durch das Zufallsprinzip ausgewählt wird. Es wurde eine E-Mail-Adresse aus den angegebenen gezogen und diese Person wurde mit Hilfe dieser Adresse kontaktiert und bekam den Code zugeschickt.

5.5 Operationalisierung der Variablen

5.5.1 Variable: Exzessivität des Konsums von Online-Streamingdiensten

Die Exzessivität des Konsums von Online-Streamingdiensten der Rezipient*innen ist eine Variable, die für alle Hypothesen eine große Rolle spielt und die Grundlage für die Erforschung dieser Hypothesen legt. Bei der Exzessivität des Konsums von Online-Streamingdienste handelt es sich immer, bei allen zu untersuchenden Hypothesen, um die unabhängige Variable. Der Grad der Exzessivität der Nutzung ist demnach immer derselbe und es soll herausgefunden werden, ob er sich auf die Symptome einer Depression auswirkt und wenn ja inwiefern und ob dies auch der Fall ist wenn noch andere Moderator-Variablen vorhanden sind.

Für die unterschiedlichen Hypothesen müssen jedoch auch unterschiedliche Grade der Exzessivität des Konsums von Online-Streamingdiensten gewählt werden. Für H1 wird der Grad der Exzessivität des Konsums von allen Online-Streamingdiensten benötigt, während für die restlichen Hypothesen die Exzessivität des Konsums von Film- und Serien-Streamingdiensten und Musik-Streamingdiensten und deren Unterschiede wichtig sind. Die Variable der Exzessivität des Konsums von Online-Streamingdiensten setzt sich immer aus den gleichen vier Aspekten zusammen.

- Häufigkeit der Nutzung
- Häufigkeit der exzessiven Nutzung

- Häufigkeit des Austausches mit Freunden über die konsumierten Inhalte
- Häufigkeit des Nachdenkens über die Inhalte außerhalb des Konsums

Diese vier Fragen wurden jeweils allgemein für Online-Streamingdienste, für Film- und Serien-Streamingdienste und für Musik-Streamingdienste von den Proband*innen beantwortet. All diese Fragen wurden damit gemessen, dass die Proband*innen angeben sollten, an wie vielen Tagen in einer für sie typischen Woche sie diese Dinge tun. Daraus ergab sich ein Wert zwischen null und sieben.

5.5.2 Einbindung des PHQ9-Fragebogens zur Diagnose von Depressionen

Um die Anwesenheit von Depressions-Symptomen bei den Proband*innen so medizinisch, praxis-nahe und wissenschaftlich wie möglich zu testen, ist es notwendig in den Fragebogen ein Erhebungsinstrument einzubauen, welches auch im Alltag für die Diagnose von Depressionen als psychische Erkrankung angewandt wird. In der Realität wird dieses gemeinsam mit dem psychotherapeutischen Gespräch verwendet, um eine klare Diagnose geben zu können und somit eine bessere Behandlung für die Patient*innen zu erhalten. Dies wird hierbei in den Fragebogen eingebunden, da es auf Grund seiner Anwendung in der realen Psychotherapie dafür geeignet ist, dass auch hierbei ein möglichst ethisches und medizinisch korrektes Output zu den Symptomen einer Depression bei den Proband*innen erlangt werden kann. Demnach findet in der Befragung eine Einbindung des PHQ9-Fragebogens statt. Dabei handelt es sich um ein eher neueres Messverfahren zur schnellen Diagnose der Symptome einer Depression. Das sogenannte PRIME MD Patient Health Questionnaire erfasst die Symptome innerhalb der letzten zwei Wochen und ist einfach auszuwerten, weswegen er hierfür geeignet scheint. Für die Untersuchung wurde die Kurzversion des Fragebogens eingebaut, welche neun Fragen an die Proband*innen stellt. Dabei werden die Symptome der Freudlosigkeit, Hoffnungslosigkeit, Schlafstörungen, Energielosigkeit, verminderter oder übermäßiger Appetit, schlechte Meinung von sich selbst, Konzentrationsschwierigkeiten, Verlangsamung oder starker Bewegungsdrang und der Gedanke an den eigenen Tod abgefragt. Je nachdem wie häufig die Proband*innen diese Symptome innerhalb der letzten zwei Wochen aufweisen, desto eher leiden diese an der psychischen Krankheit der Depressionen. In den Ergebnissen wird auch die von der Medizin vorgeschriebene Art der Auswertung angewandt, um die Erkenntnisse dieses Fragebogens auch ethisch und medizinisch korrekt wiederzugeben. Da es sich bei Depressionen und generell psychischer Gesundheit um ein sehr sensibles Thema handelt, wird hierbei ein besonderer Wert

daraufgelegt, dass alles auch wissenschaftlich korrekt abläuft, sowohl was die Anonymität der Proband*innen angeht, als auch was die Auswertung der Ergebnisse des Fragebogens angeht. Die Teilnehmer*innen haben bei jedem der neun angeführten Punkte die Möglichkeit eine von vier Auswahlmöglichkeiten zur Häufigkeit des Auftretens zu treffen. Angekreuzt werden können hierbei „Überhaupt nicht“, „An einzelnen Tagen“, „An mehr als der Hälfte der Tage“ und „Beinahe jeden Tag“. Es werden hierfür also konkrete Häufigkeiten abgefragt, die für die Proband*innen relativ einfach zu verstehen sein dürften. Diese Antwortmöglichkeiten sind direkt mit Punkten verbunden wobei „Überhaupt nicht“ null Punkte hat, „An einzelnen Tagen“ einen Punkt, „An mehr als der Hälfte der Tage“ zwei Punkte und „Beinahe jeden Tag“ drei Punkte. Unter fünf Punkten gilt die Person demnach als gesund, von fünf bis neun Punkten liegt der Verdacht auf eine leichte Depression vor, mit zehn bis 14 Punkten würde man dies als mittelgradige Depression einstufen, 15 bis 19 Punkte gilt als mittelgradige bis schwere Depression und ab 20 bis 27 Punkten scheint hier der Verdacht auf eine schwerwiegende Depression vorzuliegen (Reuter & Härter, 2011, S. 22ff) (Löwe et al., 2002).

5.5.3 Variable: Symptome einer Depression

Im vorherigen Kapitel wurden bereits die neun Fragen beschrieben, welche zur Identifikation einer Depression dienen. Diese wurden genau so im Fragebogen wiederverwendet. Demnach besteht die Variable Symptome einer Depression auch aus diesen neun Fragen. Die Variable fungiert in allen zu prüfenden Hypothesen als abhängige Variable, da untersucht werden soll, ob die Symptome einer Depression im Zusammenhang mit exzessivem Konsum von Online-Streamingdiensten stehen. Diese Variable setzt sich also zusammen aus:

- Interessen- und Freudlosigkeit
- Niedergeschlagenheit
- Schlafstörungen
- Energielosigkeit
- Ungewöhnlichem Essverhalten
- Schlechter Meinung von sich selbst
- Konzentrationsschwierigkeiten
- Ungewöhnlichem Bewegungsverhalten
- Todeswunsch

5.5.4 Variable: Art der Inhalte auf Online-Streamingdiensten

Bei der Art der Inhalte, welche auf Online-Streamingdiensten konsumiert werden, unterscheidet diese Studie zwischen Musik und Filme und Serien, da diese beiden die größten Felder sind und in dieser Forschung gegenübergestellt werden sollen. Um genau abzufragen, wie die Proband*innen bei den unterschiedlichen Arten von Streamingdiensten agieren und wie sie sie nutzen, wurden hierbei im Fragebogen zwei unterschiedliche Sektionen eingebaut, damit diese von vorne herein getrennt sind. Die Variable fungiert hierbei als Moderator. Es wird jedoch nicht mit einer moderierten Regression gerechnet, sondern die beiden Korrelationen beziehungsweise linearen Regressionen, von Film- und Serien-Streamingdiensten und Musik-Streamingdiensten, werden miteinander verglichen.

5.5.5 Variable: Soziale Konsumsituation

Die Soziale Situation des Konsums von Online-Streamingdiensten wurde im Fragebogen einmal für Serien- und Film-Streamingdienste und einmal für Musik-Streamingdienste abgefragt. Die Variable Soziale Situation des Konsums fungiert hierbei als Moderator zwischen den Variablen Exzessivität des Konsums und Symptomen einer Depression. Dabei wurde unterschieden zwischen den Antwortmöglichkeiten:

- In der Gruppe
- In allen Situationen ca. gleich häufig
- Mit Partner*in
- Alleine

Um die nominal skalierte Variable der sozialen Konsumsituation in die Regressionsanalyse aufnehmen zu können, war es auch hierbei notwendig, eine Dummy-Kodierung vorzunehmen. Dabei wurden alle sozialen Situationen, in denen die Proband*innen die Streaming-Dienste nicht hauptsächlich alleine konsumieren zusammengefasst und jene, bei denen die Proband*innen hauptsächlich alleine konsumieren. Die Dummy-Variable, bei der die Proband*innen hauptsächlich alleine konsumieren, ist für die Analyse des Hypothesenblocks 3 wichtig. Die Kodierung erfolgte folgendermaßen:

Tabelle 5: Dummy-Kodierung: Soziale Konsumsituation

Dummy (Soziale Situation)	Wert in SPSS	Soziale Situationen
Hauptsächlich nicht alleine	0	Alleine

	1	In der Gruppe, In allen Situationen ca. gleich häufig, Mit Partner*in
Hauptsächlich alleine	0	In der Gruppe, In allen Situationen ca. gleich häufig, Mit Partner*in
	1	Alleine

Es wurden hierbei also wieder zwei neue Dummy-Variablen zur sozialen Konsumsituation gebildet.

5.5.6 Variable: Örtliche Situation des Konsums

Die örtliche Situation des Konsums von Online-Streamingdiensten wurde im Fragebogen einmal für Serien- und Film-Streamingdienste und einmal für Musik-Streamingdienste abgefragt. Die Variable Örtliche Situation des Konsums fungiert hierbei als Moderator zwischen den Variablen Exzessivität des Konsums und Symptomen einer Depression. Dabei wurde unterschieden zwischen den Antwortmöglichkeiten:

- Unterwegs
- Beides ca. gleich häufig
- Zuhause

Um diese nominal skalierte Variable in die lineare Regressionsanalyse einbauen zu können, ist es notwendig diese mit Hilfe einer Dummy-Kodierung neu zu kodieren. Bei der Dummy-Kodierung werden die Ausprägungen der Variable in dichotome Variablen übersetzt, welche nur mehr zwei Ausprägungen aufweisen, nämlich 0 und 1 (Bortz & Schuster, 2010, S. 342). Da für die Hypothesenprüfung des 3. Hypothesenblocks die Konsumsituation wichtig ist, in der die Proband*innen die Streaming-Dienste hauptsächlich Zuhause konsumieren, wurde die Dummy-Kodierung wie folgt vorgenommen:

Tabelle 4: Dummy-Kodierung: Örtliche Konsumsituation

Dummy (Örtliche Situation)	Wert in SPSS	Örtliche Situationen
Hauptsächlich nicht Zuhause	0	Zuhause

	1	Unterwegs, Beides ca. gleich häufig
Hauptsächlich Zuhause	0	Beides ca. gleich häufig, Unterwegs
	1	Zuhause

Es wurden hierbei also zwei neue Dummy-Variablen zur örtlichen Konsumsituation gebildet.

5.5.7 Variable: Konsumierte Genres

Für die Hypothesengenerierung, welche Genres am ehesten einen signifikanten Effekt auf die Symptome einer Depression haben können, wurden die Proband*innen gefragt, welche Genres sie konsumieren, um ein Bild davon zu bekommen, von welchem Genres sie beeinflusst werden könnten. Es war hierbei eine Mehrfach-Auswahl von Genres möglich, damit alle konsumierten Genres erfasst werden können. Dabei standen bei den Film- und Serien-Genres folgende zur Auswahl, welche auch auf den gängigen Streamingdiensten als Kategorien auftreten:

- Action
- Anime
- Doku
- Drama
- Horror
- Komödie
- Mystery
- Reality
- Romantik
- Thriller
- Wissenschaft
- Sci-Fi
- Fantasy
- Musik und Musicals
- Andere

Bei den Musik-Streamingdiensten hatten die Proband*innen ebenfalls die Auswahl zwischen den Genres, die auf den gängigen Streamingdiensten als Kategorien vertreten sind:

- Pop
- HipHop
- Dance/Electronic
- Alternative
- Rock
- Klassik
- Jazz
- RnB
- Country
- Folk
- Punk
- Metal
- K-Pop
- Instrumental
- Latin
- Blues
- Andere

Diese Genres wurden in der SPSS-Tabelle jeweils einzeln dummy-kodiert. Hierbei steht die 0 für „nicht ausgewählt“ und die 1 für „ausgewählt“. Es kann also für jedes dieser Genres überprüft werden, inwiefern der Konsum mit den Symptomen einer Depression korreliert.

5.5.8 Kontrollvariablen

Um herausfinden zu können, inwiefern die bei der Befragung herausgefundenen Zusammenhänge von Drittvariablen beeinflusst werden, werden drei verschiedene Kontroll-Variablen verwendet, um zu überprüfen, ob die Korrelation auch unter deren Einfluss bestehen bleibt.

5.5.8.1 Kontroll-Variable: Alter

Die Kontroll-Variable Alter wurde mithilfe einer Zahlen-Eingabe im Fragebogen erhoben. Das Alter ist demnach metrisch skaliert und kann in die Regression aufgenommen werden, ohne, dass eine Dummy-Kodierung notwendig ist.

5.5.8.2 Kontroll-Variable: Geschlecht

Die Kontroll-Variable Geschlecht wird ebenfalls in die multiple lineare Regression mitaufgenommen, um vergleichen zu können, ob der gefundene Zusammenhang unabhängig vom Geschlecht der Proband*innen bestehen bleibt. Diese Variable weist drei unterschiedliche Ausprägungen (weiblich, männlich, divers) auf, wobei divers einen geringen Anteil von vier Personen ausmacht.

5.5.8.3 Kontroll-Variable: Bildung

Hierbei wird kontrolliert, ob die Zusammenhänge unabhängig von der Bildung der Proband*innen bestehen bleiben. Da es hierbei mehrere Auswahlmöglichkeiten gab, muss diese Kontroll-Variable wie folgt dummy-kodiert werden:

Tabelle 6: Dummy-Kodierung: Bildung

Dummy (Soziale Situation)	Wert in SPSS	Soziale Situationen
Hochschulabschluss	0	Kein Abschluss, noch Schüler*in, Pflichtschulabschluss, abgeschlossene Lehre (ohne

		Matura), Matura, anderer Abschluss
	1	Hochschulabschluss
Matura	0	Kein Abschluss, noch Schüler*in, Pflichtschulabschluss, abgeschlossene Lehre (ohne Matura), anderer Abschluss, Hochschulabschluss
	1	Matura
Keine Matura	0	Matura, Hochschulabschluss
	1	Kein Abschluss, noch Schüler*in, Pflichtschulabschluss, abgeschlossene Lehre (ohne Matura), anderer Abschluss,

5.6 Auswertungsverfahren

5.6.1 Reliabilität der Konstrukte

Für die Auswertung der erhobenen Daten und die Überprüfung der Hypothesen war es notwendig vier verschiedene Konstrukte zu bilden, die als Variablen in den Auswertungsverfahren zum Einsatz kommen. Dabei wurden mehrere unterschiedliche Variablen mittels Mittelwert miteinander zu einer Variable verrechnet, damit diese für das Auswertungsverfahren verwendet werden kann. Um die daraus errechnete Variable jedoch auch für die weitere Auswertung verwenden zu können, ist es notwendig die Stabilität und Reliabilität des Konstruktes zu berechnen. Das bedeutet, dass bei diesem Verfahren überprüft wird, ob die Variable in sich selbst konsistent ist, also ob die dafür verwendeten Variablen, aus denen der Mittelwert gebildet wurde, tatsächlich den selben Sachverhalt messen. Diese Konsistenz der Variable wird mittels Cronbach's Alpha bestimmt. Der Wert von Cronbach's Alpha muss hierfür über dem Wert von $\alpha = 0,7$ liegen (Schecker, 2014).

Für die H1 wurde, wie bereits im vorigen Kapitel beschrieben, die Variable Exzessivität des Online-Streamingdienstkonsums errechnet. Diese gilt mit Cronbach's Alpha $\alpha = 0,707$ als reliabel und kann somit für das weitere Auswertungsverfahren verwendet werden.

Für die H2, bei der die Exzessivität des Film- und Serien-Streamingdienstkonsums und die Exzessivität des Musik-Streamingdienstkonsums miteinander verglichen werden, wurde auch für diese beiden Konstrukte eine Reliabilitätsprüfung durchgeführt. Bei der Exzessivität des Film- und Serien-Streamingdienstkonsums liegt der Wert bei $\alpha = 0,747$ und bei der Exzessivität des Musik-Streamingdienstkonsums liegt der Wert bei $\alpha = 0,715$. Demnach kann auch mit diesen beiden Konstrukten weitergerechnet werden.

Das letzte Konstrukt, welches aus mehreren Variablen ebenfalls mittels Mittelwertberechnung erstellt wurde, ist die Variable Symptome einer Depression. Hierfür wurden die neun Antworten des PHQ 9-Fragebogens miteinander verrechnet. Die Reliabilitätsprüfung mit Cronbach's Alpha ergab bei dem Konstrukt Symptome einer Depression einen Wert von $\alpha = 0,862$. Das bedeutet, dass auch dieses Konstrukt als Variable, für das weitere Auswertungsverfahren verwendet werden kann.

5.6.2 Statistische Auswertungsverfahren

Allgemein werden die Ergebnisse und Daten des Fragebogens mit dem Statistikprogramm SPSS ausgewertet. Um für die Überprüfung der Hypothese 1 und 2 nachvollziehen zu können, ob jeweils zwischen der unabhängigen Variable und der abhängigen Variable überhaupt ein Zusammenhang besteht, wird in der Auswertung das Verfahren der Korrelation von Pearson angewandt. Dabei handelt es sich um eine bivariate Korrelation, die zwischen zwei metrischen Variablen errechnet wird. Da hierbei jeweils beide Variablen metrisch sind und es sich auch jeweils nur um zwei Variablen handelt, ist dieses Verfahren hierfür geeignet. Dabei wird die Signifikanz der Korrelation berechnet, welche angibt, ob es überhaupt einen Zusammenhang gibt, und ein Korrelationskoeffizient, welcher die Stärke des Zusammenhangs angibt. Dieser Korrelationskoeffizient liegt hierbei immer zwischen +1 und -1, wobei die Vorzeichen die Richtung des Zusammenhanges angeben. Mit diesem Verfahren kann festgestellt werden, ob eine Korrelation zwischen den beiden Variablen existiert, in welche Richtung diese wirkt und wie stark sie ist. Nicht festgestellt werden kann hierbei jedoch die Kausalitätsrichtung, also welche Variable auf welche wirkt (Kohn & Öztürk, 2013).

Um noch weitere und genauere Daten für die Überprüfung von Hypothese 1 und die Hypothese 2 und die jeweilige Korrelation zwischen den beiden Variablen zu bekommen,

wird das Auswertungsverfahren der linearen Regression herangezogen. Dies eignet sich dafür den Einfluss einer unabhängigen Variable auf eine abhängige Variable zu messen. In diesem Fall ist das der Einfluss der Exzessivität der Online-Streamingdienstnutzung auf die Symptome einer Depression die bei den Proband*innen auftreten oder nicht auftreten. Das Analyseverfahren der lineare Regressionsanalyse errechnet dabei eine Regressionsgerade, die den Einfluss der Variablen aufeinander darstellt. Es handelt sich dabei um eine Berechnung von Schätzwerten, um den Einfluss der UV auf die AV zu analysieren. Diese Werte werden mit folgender Formel errechnet: $Y = a + bX + e$. Dieses Verfahren kann im Rahmen einer multiplen linearen Regression auch mit mehreren unabhängigen Variablen, also Einflüssen, berechnet werden. Die Formel dafür lautet: $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_jX_j + \dots + b_JX_J + e$. a steht hierbei für den Achsenabschnitt und b für den Steigungskoeffizienten. Anhand dieser werden die Punkte auf der Regressionsgerade geschätzt. Da es sich hierbei um eine lineare Regression handelt, wird dabei davon ausgegangen, dass auch das Verhältnis der Variablen zueinander linear ist, also dass, sobald eine der Variablen größer oder kleiner wird, auch die andere größer oder kleiner wird. Da es sich hierbei um Schätzwerte handelt und die Regressionsgerade dabei nicht in der Mitte der tatsächlichen Punkte auf dem Diagramm liegt, haben Ausreißer hier einen starken Einfluss auf die Regression (Boomgarden, 2019, S. 10f).

Ein für die lineare Regression sehr wichtiger Wert, welcher im Rahmen dessen errechnet wird, ist die Signifikanz. Diese ist die grundsätzliche Voraussetzung dafür, dass die Ergebnisse der linearen Regression überhaupt interpretiert werden dürfen. Die Irrtumswahrscheinlichkeit wird in den Sozialwissenschaften mit einem Signifikanzniveau von $\alpha = 0,05$ angesetzt. Hierbei wird mit dem Prinzip der Null- und Alternativhypothese gearbeitet. Die Irrtumswahrscheinlichkeit sagt dabei aus, dass trotz gültiger Nullhypothese, diese nur in 5% der Fälle verworfen wird. Wenn die Signifikanz also unter 5% liegt gilt das Ergebnis der linearen Regression als signifikant, was bedeutet, dass ein Zusammenhang zwischen den Variablen vorhanden ist und die Alternativhypothese zu beachten ist. Ist das Signifikanz-Niveau höher als $\alpha = 0,05$, gilt das Ergebnis als nicht signifikant und es gilt die Nullhypothese, die besagt, dass kein signifikanter Zusammenhang zwischen den beiden Variablen besteht (Urban & Mayerl, 2011, S. 135). Gilt das Ergebnis also als signifikant, können die weiteren Kennzahlen der linearen Regression interpretiert werden. Der nicht-standardisierte Regressionskoeffizient B und der standardisierte Regressionskoeffizient $Beta$ drücken die Richtung und die Stärke des Zusammenhangs zwischen den beiden Variablen aus. Zusätzlich zum Regressionskoeffizienten wird auch häufig noch der Standardfehler angegeben, welcher die Streuung repräsentiert. Wichtig für die Interpretation der Ergebnisse

der linearen Regression ist hierbei auch noch der Determinationskoeffizient R^2 , bzw. das *korrigierte R^2* , welches angibt, wie viel % des Modells, mit diesem Zusammenhang erklärt werden können. Demnach ist hierbei auch ableitbar wie viel % der Varianz, durch das Modell nicht erklärt werden können. Bei einer einfachen linearen Regression, bei der nur mit einer unabhängigen Variable gerechnet wird, kann hierfür auch R^2 statt des korrigierten R^2 s verwendet werden. Bei einer multiplen linearen Regression, mit mehreren unabhängigen Variablen, ist jedoch das *korrigierte R^2* sinnvoll, da dies sonst verzerrt werden kann. (Boomgarden, 2019, S. 27f). Dieses Verfahren wird sowohl für die Prüfung von Hypothese 1 als auch für die Prüfung von Hypothese 2 verwendet. Beim Vergleich der beiden Regressionen spielen auch die Konfidenzintervalle der beiden Regressionsgeraden eine Rolle, denn wenn sich diese überlappen, ist die Schwankungsbreite der beiden Geraden zu hoch, um daraus klar schließen zu können, welcher Streamingdienst einen größeren Effekt auf die Symptome einer Depression hat.

Auch die bereits oben angesprochene multiple lineare Regression wird für die statistische Auswertung dieser Befragung benötigt, um die Drittvariablen zu kontrollieren. Mit Hilfe einer multiplen linearen Regression wird der Einfluss von mehreren unabhängigen Variablen auf die abhängige Variable, berechnet. Dies wird für die Kontrollvariablen Alter, Geschlecht und Bildung durchgeführt, um überprüfen zu können, ob auch wenn diese Variablen auf den Zusammenhang wirken, dieser trotzdem bestehen bleibt (Boomgarden, 2019, S. 27f).

Bei der Überprüfung der Hypothesen des dritten Hypothesenblocks reicht jedoch das Analyseverfahren der linearen Regression nicht mehr aus, da hierbei pro Hypothese jeweils eine Moderator-Variable hinzukommt. Dabei handelt es sich um eine zusätzliche Variable, welche auf den Zusammenhang zwischen der unabhängigen und der abhängigen Variable einwirkt. Im Falle von H3.1 und H3.3 handelt es sich hierbei um die Variable der sozialen Konsumsituation, während bei H3.2 und H3.4 die örtliche Situation des Konsums, die die Moderator-Variable darstellt. Diese beiden Variablen wurden, auf Grund dessen, dass es sich dabei um nominale Ausprägungen handelt, zuvor in Dummy-Variablen kodiert. Da jeweils nur untersucht werden soll, welchen Einfluss das Alleine-Sein und das Zuhause-Sein auf den Zusammenhang zwischen Exzessivität der Streamingdienst-Nutzung und den Symptomen einer Depression hat, wird hierbei mit einem Sub-Sample gerechnet. Um den Einfluss dieser Moderator-Variablen auf den Zusammenhang zwischen der unabhängigen und der abhängigen Variable, zu untersuchen wird das Conditional Process Modeling herangezogen. Das beschreibt die statistische Auswertung von Daten, bei denen Bedingungen und Prozesse

gleichermaßen modelliert werden. Hierfür wird Process von Andrew Hayes als Erweiterung und Plug-In für SPSS verwendet. Mit dieser Erweiterung ist es möglich, sowohl die Moderation als auch Mediation auf eine lineare Regression zu ermitteln. Um diese moderierte Regression zu errechnen, werden unabhängige und abhängige Variable, so wie die zusätzliche Moderator-Variable W angegeben. Dabei wird von dem Programm ein sogenannter Interaktionseffekt berechnet, welcher den Einfluss der Moderator-Variable in Interaktion mit der unabhängigen Variable, auf die abhängige Variable, darstellt. Nach dieser Berechnung dürfen jedoch beim Output die Haupteffekte nicht mehr interpretiert werden, da diese hierbei verfälscht wären (Boomgarden, 2019b, S. 21f). Auch hierbei werden die Drittvariablen Alter, Geschlecht und Bildung eingefügt, um zu überprüfen, ob die Zusammenhänge, die gefunden werden, weiterbestehen.

Um die Hypothese zur Forschungsfrage 4 zu generieren, wird ebenfalls das Verfahren der multiplen linearen Regression angewandt. Hierbei werden die jeweiligen Genres und deren Dummy-Kodierung als unabhängige Variablen genutzt, um zu prüfen inwiefern diese einen Zusammenhang mit der abhängigen Variable der Symptome einer Depression aufzeigen.

6. Ergebnisse

In den folgenden Kapiteln werden sowohl die deskriptiven Ergebnisse als auch die statistische Auswertung der Befragung dargelegt. Im Kapitel mit den deskriptiven Ergebnissen wird auf die demografischen Angaben der Proband*innen eingegangen und danach werden einige Angaben angeführt, die die Gewohnheiten der Zielgruppe etwas näher definieren und erklären, in welchem Rahmen die Streamingdienste von diesen genutzt werden. Im Kapitel mit der statistischen Auswertung wird hauptsächlich auf die Werte eingegangen, welche bei dem Regressionsverfahren zu den einzelnen Hypothesen errechnet wurden.

6.1 Deskriptive Ergebnisse

6.1.1 Demografische Daten

Insgesamt haben 307 Personen an der Befragung teilgenommen, deren Daten für die Überprüfung der Hypothesen angewandt werden können. 291 dieser Personen haben den Fragebogen inklusive der demografischen Daten und dem gesamten Teil, welcher zur Hypothesengenerierung dient, ausgefüllt. 205 Personen, das entspricht 66,8% der 307 Proband*innen, gaben an, dass sie sich dem weiblichen Geschlecht zuordnen, 82 Proband*innen, das entspricht 26,7%, wählten männlich als ihr Geschlecht und 4 Personen, 1,3%, kreuzten hierbei die Auswahlmöglichkeit divers an. 5,2% der 307 Personen machten keine Angabe. Es ist demnach hierbei zu bedenken, dass ungefähr zwei Drittel der befragten Personen weiblich sind und dies somit nicht ganz der Geschlechterverteilung der Gesellschaft entspricht und die Repräsentanz der Befragung dahingehend einschränkt. Der Altersdurchschnitt der 291 Proband*innen, welche eine Angabe zu ihrem Alter gemacht haben liegt bei ca. $M = 26,842$ Jahren. Dieser ist demnach eher jung, was bedeutet, dass die Studie hauptsächlich das Verhalten von jungen Erwachsenen untersucht und dahingehend limitiert ist. Passend zum Altersdurchschnitt limitiert die Beschäftigungssituation der Proband*innen die Studie dahingehend, dass 156 Personen, das entspricht 50,8% der Befragten, angaben, Student*innen zu sein. 81 Personen, 26,4%, gehen einem Vollzeitjob nach und 27 Personen, 8,8%, gaben als Beschäftigung einen Teilzeitjob an. Die Studie richtet sich also zu einer Mehrheit an Student*innen. Auch in der Ausbildung der Proband*innen spiegelt sich dies wieder, da 160 Personen, 52,1%, angaben, bereits einen Fachhochschul- oder Universitätsabschluss zu besitzen. Die zweitgrößte Gruppe sind hierbei 82 Personen mit Matura, 26,7%, und an dritter Stelle die 30 Proband*innen mit einer abgeschlossenen Lehre, die 9,8% der Befragten ausmachen. Die meisten haben demnach einen hohen abgeschlossenen

Bildungsgrad. Wie aus diesen demografischen Daten hervorgeht, richtet sich diese Studie hauptsächlich auf weibliche, junge Erwachsene, die noch studieren, oder bereits einen Fachhochschul- oder Universitätsabschluss haben. Die Studie ist dahingehend limitiert. Diese Einschränkungen waren jedoch zum größten Teil, durch die Verbreitung des Fragebogens in Universitätsgruppen, vorherzusehen. Damit wäre die demografische Einordnung der Proband*innen geklärt.

6.1.2 Streamingdienste-Konsum

Im Durchschnitt konsumieren die befragten Proband*innen $M = 2,34$ ($SD = 1,103$) unterschiedliche Film- und Serien-Streamingdienste unentgeltlich und entgeltlich und $M = 1,98$ ($SD = .951$) Film- und Serien-Streamingdienste nur entgeltlich. Dies bezieht sich auf die unterschiedlichen Plattformen, wie etwa Netflix, Amazon Prime etc. auf denen man die Filme und Serien konsumieren kann. Die, bei den Film- und Serien-Streamingdiensten, am häufigsten genutzte Plattform ist hierbei Netflix, welche von den 307 befragten Personen 262 ausgewählt haben, das entspricht 85,3%. Diese konsumieren Filme und Serien auf dieser Plattform. Hierbei werden sowohl die Proband*innen, die unentgeltlich als auch jene, die entgeltlich konsumieren miteinberechnet. An zweiter Stelle liegt hierbei Amazon Prime, mit 218 Personen und somit 71,0%. Disney+ konsumieren 26,4% der Proband*innen. Auch TVNow wurde hier noch vergleichsweise häufig, von 12,4%, ausgewählt. 11,1% der Teilnehmer*innen gaben an, auch andere Film- und Serien-Streamingdienste zu nutzen. Hierbei genannt wurden unter anderem diverse Mediatheken von öffentlich-rechtlichen Fernsehsendern, Youtube, Twitch, Anime-Plattformen wie zum Beispiel Crunchyroll und auch HBO Go. Netflix wird im Durchschnitt von den 307 Proband*innen an $M = 3,472$ ($SD = 2,325$) Tagen in einer typischen 7-Tage-Woche genutzt. Amazon Prime wird hierbei im Durchschnitt an $M = 1,866$ ($SD = 2,011$) Tagen genutzt. Disney+ an $M = 0,489$ ($SD = 1,052$) und TVNow an $M = 0,365$ ($SD = 1,005$) Tagen in einer 7-Tage Woche.

Wenn man nun den Blick auf die Musik-Streamingdienste legt, werden im Durchschnitt $M = 1,40$ ($SD = .656$) unterschiedliche Musik-Streamingdienste, unentgeltlich und entgeltlich, konsumiert. Während sogar im Durchschnitt nur $M = 1,07$ ($SD = .309$) unterschiedliche Musik-Streamingdienste nur entgeltlich konsumiert werden. Bei den Musik-Streamingdiensten ist hierbei die Plattform, welche am häufigsten von den Proband*innen genutzt wird, mit sehr großem Abstand, Spotify mit 222 Nutzer*innen, was 72,3% aller Teilnehmer*innen entspricht. Auch hierbei werden wieder sowohl jene, die entgeltlich als auch jene die unentgeltlich konsumieren miteinbezogen. An zweiter Stelle ist hierbei Youtube

Music mit 27,7% der Proband*innen. 9,8% wählten aus, dass sie keine Musik-Streamingdienste nutzen, 9,4% konsumieren Amazon Music Unlimited. Soundcloud nutzen 8.1% der Personen, Apple Music 7.8% und 2,9% der Personen gaben an, auch andere Musik-Streamingdienste zu nutzen. Hierbei wurde hauptsächlich Deezer genannt. Spotify wird im Durchschnitt von den 307 Proband*innen an $M = 3,655$ ($SD = 2,763$) Tagen in einer typischen 7-Tage-Woche genutzt. Auch hierbei liegt der Wert von Spotify weit über jenem der anderen Plattformen. Youtube Music wird durchschnittlich an $M = 0,984$ ($SD = 1,873$) Tagen, Apple Music an $M = 0,401$ ($SD = 1,423$) Tagen, Amazon Music an $M = 0,397$ ($SD = 1,298$) Tagen, Soundcloud an $M = 0,257$ ($SD = .988$) Tagen und Google Play Music an $M = 0,127$ ($SD = .677$) Tagen in einer typischen 7-Tage-Woche genutzt.

6.1.3 Psychische Gesundheit

Von den 307 teilnehmenden Proband*innen lässt sich anhand des integrierten PHQ9-Fragebogens folgende Einteilung treffen: 107 Proband*innen erzielten eine Punktezahl von null bis vier und gelten demnach als gesund. Das entspricht etwa 34,85% der Teilnehmer*innen. Der Verdacht auf eine leichte Depression, laut PHQ9-Fragebogen, mit einer Punktezahl von fünf bis neun, liegt bei 120 Proband*innen, also etwa 39,09% vor. Mit einer Punktezahl von zehn bis 14 und demnach dem Verdacht auf eine mittelgradige Depression, schlossen 51 Personen, das sind 16,61% ab. Eine mittelgradige bis schwere Depression, mit 15 bis 19 Punkten, liegt bei 19 Proband*innen, 6,19%, vor und eine schwere Depression laut PHQ9-Auswertung, mit 20 bis 27 Punkten, weisen 10 Personen, 3,26% der Befragten, auf. Dabei lässt sich sagen, dass ca. 6,5% der österreichischen Bevölkerung zu einem bestimmten Zeitpunkt an einer depressiven Erkrankung leiden (Bundesministerium für Arbeit, Soziales, Gesundheit und Konsumentenschutz, 2019). Damit scheint bei dieser Stichprobe sogar eine Überrepräsentation an depressiven Personen zu herrschen. Dies kann unterschiedliche Gründe haben, wie beispielsweise die psychische Belastung durch die Corona-Pandemie. Der Mittelwert des PHQ9-Tests liegt hierbei bei einer Punktezahl von $M = 7,04$, mit einer hohen Standardabweichung von $SD = 5,129$.

Bei der Befragung wurde auch ein Part eingebaut, bei dem die Proband*innen einschätzen mussten wie sie sich nach dem Konsum von Film- und Serien-Streamingdiensten und wie sie sich nach dem Konsum von Musik-Streamingdiensten fühlen. Dabei wurden aus den Fragen des PHQ9-Tests sieben Indikatoren gebildet, welche die Zustände beschreiben sollten. Die Proband*innen mussten dann jeweils auf einer Skala von eins bis vier beantworten, wie zum Beispiel glücklich beziehungsweise unglücklich sie sich nach dem Konsum fühlen. Hierbei

wurde die Zahl 1 für glücklich und die Zahl 4 für unglücklich verwendet. Es ergab sich bei dem Konsum von Film- und Serien-Streamingdiensten, dass der Durchschnitt von allen sieben Indikatoren einen Mittelwert von $M = 2,19$ ($SD = .651$) ergibt. Bei den Musik-Streamingdiensten ergibt sich hierbei ein Mittelwert von $M = 1,69$ ($SD = .741$), der darauf hindeutet, dass sich die Proband*innen, nach eigenen Angaben, nach dem Konsum von Musik-Streamingdiensten glücklicher, hoffnungsvoller, wacher, aktiver, selbstbewusster, konzentrierter und ausgeglichener fühlen als nach dem Konsum von Film- und Serien-Streamingdiensten. Auch die einzelnen Mittelwerte sind bei den Musik-Streamingdiensten positiver als bei den Film- und Serien-Streamingdiensten.

6.1.4 Genre-Konsum und Genre-Präferenzen

Bei den Genres wurde zwischen den am häufigsten konsumierten Genres und den Lieblings-Genres der Proband*innen unterschieden. Hierbei fiel auf, dass bei den Musik-Genres das am häufigsten konsumierte Genre, bis auf drei Ausnahmen, auch immer das Lieblings-Genre der Personen war. Bei den Film- und Serien-Genres gab es hier mehr Unterschiede. Zuerst werden hier die am häufigsten konsumierten Genres behandelt. Hierbei konnten die Proband*innen die Genres in ihren eigenen Worten beschreiben und auch Mehrfachnennungen waren möglich.

Jene Personen, welche unter den Verdacht auf eine schwere Depression, laut PHQ9 fallen, nannten hierbei am häufigsten Comedy. Comedy wurde von 30% dieser Proband*innen genannt. Gleich dahinter, mit jeweils 20% der Proband*innen, liegen hierbei Sci-Fi und Romantik. Bei den Personen, mit Verdacht auf eine mittelgradige bis schwere Depression gaben 36,84% Drama als ihr am häufigsten konsumiertes Genre an. Dies wurde mit Abstand am häufigsten genannt. Es gab nur ein weiteres Genre mit mehrfacher Nennung. Dabei handelt es sich mit 10,53% um Doku. Bei den Proband*innen welche unter Verdacht einer mittelgradigen Depression fallen, wurde auch das Genre Drama am häufigsten genannt, jedoch mit nur 17,65%. Gleich dahinter liegt hierbei die Komödie mit 15,69% und Action mit 13,73%. Die Proband*innen mit Verdacht auf eine leichte Depression, laut PHQ9, gaben ebenfalls Drama als ihr am häufigsten konsumiertes Genre an. Dafür entschieden sich 22,50% der Personen. Auch die Komödie, mit 20%, liegt hierbei weit vor anderen Nennungen wie zum Beispiel Thriller, mit 9,16%. Bei den als gesund geltenden Proband*innen ist das am häufigsten konsumierte Genre die Komödie, welche 21,50% nannten. Diese liegt weit vor Thriller mit 10,28% und Drama mit 9,35%.

Bei den Film- und Serien-Genres gibt es einige Änderungen bei den Antworten zum Lieblings-Genre der Proband*innen, im Vergleich zu dem am häufigsten konsumierten Genres. Es gilt lediglich zu erwähnen, dass sich die Rangfolgen der am häufigsten genannten Film- und Serien-Genres hierbei nicht veränderten, sondern lediglich die Prozentzahlen andere sind.

Was die Musik-Genres betrifft, wurde bei den Personen, welche laut PHQ9 unter einer schweren Depression leiden, von 30% das Genre Pop und von weiteren 30% das Genre Rock ausgewählt, als jenes, welches sie am häufigsten konsumieren. 20% der Personen entschieden sich hierbei außerdem für HipHop und ebenfalls 20% für Electronic. Jene Personen, die laut PHQ9 unter Verdacht auf eine mittelgradige bis schwere Depression stehen, wählten hierbei zu 21,05% Alternative aus und 15,79% von ihnen wählten Pop, sowie 15,79% Rock als ihr am häufigsten konsumiertes Genre. Die Personen, mit Verdacht auf eine mittelgradige Depression, wählten zu 21,57% Indie aus. Außerdem entschieden sich 15,69% dieser Personen für Rock. 28,3% jener, mit Verdacht auf eine leichte Depression, entschieden sich für Pop, während sich hierbei 16,6% für Rock entschieden. Bei den als gesund geltenden Proband*innen nannten 33,64% Pop als ihr am häufigsten konsumiertes Genre und 17,76% Rock. Wie bereits vorhin erwähnt gab es hierbei keinerlei Änderungen der Lieblings-Genres bei den Proband*innen. Jene, die vorhin als Ausnahmen genannt wurden, beeinflussten nicht die Prozentzahlen, der am häufigsten genannten. Diese Zahlen gelten demnach auch für die Lieblings-Genres der Proband*innen.

6.2 Statistische Auswertung

Im folgenden sind die Ergebnisse der angewandten, bereits beschriebenen, Analyseverfahren aufgeschlüsselt. Alle Konstrukte, welche für die Analysen in den folgenden Kapiteln gebildet wurden, wurden bereits erläutert und als reliabel erklärt.

*6.2.1 Effekt der Exzessivität des Konsums von Online-Streamingdiensten auf die mentale Gesundheit der Proband*innen, hinsichtlich der Symptome einer Depression*

Im Rahmen der bivariaten Pearson-Korrelation zwischen der unabhängigen Variable der Exzessivität des Konsums von Online-Streamingdiensten und den Symptomen einer Depression konnte eine positive Korrelation von $r(305) = .169, p \leq .05$ festgestellt werden,

wie in Tabelle 7 zu sehen ist. Das bedeutet, es existiert ein kleiner bis moderater Zusammenhang zwischen diesen beiden Variablen, welcher als sehr signifikant gilt.

Tabelle 7: Pearson-Korrelation zwischen Exzessivität des Konsums von Online-Streamingdiensten und den Symptomen einer Depression

<i>Korrelationen</i>		Exzessivität des Konsums von Online-Streamingdiensten	Symptome einer Depression
Exzessivität des Konsums von Online-Streamingdiensten	Pearson-Korrelation	1	,169**
	Sig. (2-seitig)		,003
	N	307	307
Symptome einer Depression	Pearson-Korrelation	,169**	1
	Sig. (2-seitig)	,003	
	N	307	307

**. Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,05 (2-seitig) signifikant.

Im Kapitel der Methode wurde bereits erklärt, dass für den Einfluss der Exzessivität des Konsums von Online-Streamingdiensten auf die mentale Gesundheit der Proband*innen, hinsichtlich der Symptome einer Depression, ebenfalls eine lineare Regression angewandt wird, um den Zusammenhang dieser beiden Variablen noch genauer zu erklären und zu prüfen.

Tabelle 8: Regression: Einfluss der Exzessivität des Konsums von Online-Streamingdiensten auf die Symptome einer Depression

<i>Symptome einer Depression</i>	Exzessivität des Konsums von Online-Streamingdiensten
Koeffizient B	.071
Koeffizient Beta	.169
Signifikanz	.003**
Standardfehler	.024
T	2,994
R ²	.029
Korrigiertes R ²	.025
Schätzfehler	.0562
F	8,966
*signifikant ($p \leq .05$), **sehr signifikant ($p \leq .01$), ***höchst signifikant ($p \leq .001$)	

Wie in der Tabelle 8 zu sehen ist besteht ein Zusammenhang zwischen der Exzessivität des Konsums von Online-Streamingdiensten und den Symptomen einer Depression, $F(1,305) = 8,966$, $p = .003$. Da der Wert des Koeffizienten B positiv ist, $B = .071$ ($SE = .024$), $t(305) = 2,994$, $p = .003$ und $\beta = .169$ ($SE = .024$), bedeutet das, dass pro steigender Einheit der Exzessivität des Konsum von Online-Streamingdiensten der Wert der Symptome einer Depression um $.071$ Einheiten steigt. Die Exzessivität des Konsums von Online-Streamingdiensten erklärt einen signifikanten Anteil der Varianz der Symptome einer Depression. Der Wert von R^2 liegt hier bei einem Wert von $R^2 = .029$. Das bedeutet, dass 2,9% der Symptome einer Depression mit der Exzessivität des Konsums von Online-Streamingdiensten erklärt werden können.

Bei der Kontrolle des Effektes durch Drittvariablen, ergab sich, dass der Effekt zwischen der Exzessivität des Konsums von Online-Streamingdiensten und den Symptomen einer Depression, bestehen bleibt, wenn man die Drittvariable Alter hinzufügt, $F(1,288) = 8,737$, $p < .001$. Die multiple Regression hinsichtlich der metrischen Variable des Alters und der Exzessivität des Konsums von Online-Streamingdiensten als Prädiktoren für die Symptome einer Depression, ergibt einen Zusammenhang von $B = -.014$ ($SE = .004$), $t(288) = -3,195$, $p = .002$ und $\beta = -.186$ ($SE = .024$), für die Variable Alter und $B = .051$ ($SE = .025$), $t(288) = 2,047$, $p = .042$ und $\beta = .119$ ($SE = .025$), für die Variable der Exzessivität des Konsums von Online-Streamingdiensten. Der p-Wert, welcher das Signifikanzniveau angibt, liegt bei $p < .05$. Das bedeutet, dass der Effekt zwischen der Exzessivität des Konsums von Online-Streamingdiensten und den Symptomen einer Depression, dem Faktor Alter standhält. Wobei die Variable Alter durchaus einen signifikanten Einfluss auf die Symptome einer Depression hat. Die Symptome einer Depression treten hierbei auf Grund des negativen Koeffizienten, bei jüngeren Personen stärker und häufiger auf. Diese multiple Regression weist $R^2 = .057$ auf, was bedeutet, dass hierbei 5,7% der Varianz erklärt werden können. Bei der multiplen Regression mit den unabhängigen Variablen der Exzessivität des Konsums von Online-Streamingdiensten und dem Geschlecht, $F(2,288) = 3,526$, $p = .031$, hält auch hierbei der Haupteffekt auf die Symptome einer Depression dem zweiten Faktor stand, mit $B = .066$ ($SE = .025$), $t(287) = 2,629$, $p = .009$ und $\beta = .153$ ($SE = .025$). Der Effekt der Variable Geschlecht: andere ist hierbei jedoch auch signifikant mit $B = .880$ ($SE = .281$), $t(287) = 3,109$, $p = .002$ und $\beta = .178$ ($SE = .281$). Das bedeutet, dass Personen, die sich keinem der

beiden Geschlechter weiblich und männlich zuordnen, hierbei ebenfalls einen Zusammenhang mit den Symptomen einer Depression zeigen. R^2 liegt hier bei $R^2 = .055$. Das bedeutet es können 5,5% der Varianz erklärt werden. Kontrolliert man den Faktor Bildung bleibt der Zusammenhang für die Exzessivität des Konsums von Online-Streamingdiensten mit $F(3,287) = 5,006, p = .002$ stabil. Der Regressions-Koeffizient ergibt hierbei $B = .060$ ($SE = .025$), $t(287) = 2,406, p = .017$ und $\beta = .139$ ($SE = .025$).

6.2.2 Unterschiede des Effekts von der Exzessivität der Nutzung auf die Symptome einer Depression bei Film- und Serien-Streamingdiensten im Vergleich zu Musik-Streamingdiensten

Um die Unterschiede zwischen den Film- und Serien- und den Musik-Streamingdiensten hinsichtlich des Einflusses der Exzessivität der Nutzung auf die mentale Gesundheit, im Bezug auf die Symptome einer Depression, zu untersuchen, ist es notwendig, wie im vorherigen Kapitel beschrieben, für beide Zusammenhänge zuerst eine bivariate Pearson-Korrelation durchzuführen und danach, um noch näher ins Detail gehen zu können ebenfalls eine lineare Regression durchzuführen und die beiden Ergebnisse zu vergleichen. Im Folgenden werden zuerst die Ergebnisse der Pearson-Korrelation und der linearen Regression hinsichtlich Film- und Serien-Streamingdiensten beschrieben und danach jene Ergebnisse, welche die Pearson-Korrelation und die lineare Regression bezüglich der Musik-Streamingdienste betreffen.

Im Rahmen der bivariaten Pearson-Korrelation zwischen der unabhängigen Variable der Exzessivität des Konsums von Film- und Serien-Streamingdiensten und den Symptomen einer Depression konnte eine positive Korrelation von $r(305) = .142, p \leq .05$ festgestellt werden. Das bedeutet, es existiert ein kleiner bis moderater Zusammenhang zwischen diesen beiden Variablen, welcher als signifikant gilt.

Tabelle 9: Pearson-Korrelation zwischen der Exzessivität des Konsums von Film- und Serien-Streamingdiensten und den Symptomen einer Depression

<i>Korrelationen</i>		Exzessivität des Konsums von Film- und Serien-Streamingdiensten	Symptome einer Depression
Exzessivität des Konsums von Film- und Serien-Streamingdiensten	Pearson-Korrelation	1	,142*
	Sig. (2-seitig)		,013

	N	307	307
Symptome einer Depression	Pearson-Korrelation	,142*	1
	Sig. (2-seitig)	,013	
	N	307	307

*. Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,05 (2-seitig) signifikant.

Der Einfluss der unabhängigen Variable Exzessivität der Film- und Serien-Streamingdienste-Nutzung auf die abhängige Variable der Symptome einer Depression wurde außerdem noch mit einer linearen Regression berechnet, um weitere Informationen herauszufinden.

Tabelle 10: Regression: Einfluss der Exzessivität des Konsums von Film- und Serien-Streamingdiensten auf die Symptome einer Depression

<i>Symptome einer Depression</i>	Exzessivität des Konsums von Film- und Serien-Streamingdiensten
Koeffizient B	.057
Koeffizient Beta	.142
Signifikanz	.013*
Standardfehler	.023
T	2,507
R ²	.020
Korrigiertes R ²	.017
Schätzfehler	.564
F	6,284
*signifikant ($p \leq .05$), **sehr signifikant ($p \leq .01$), ***höchst signifikant ($p \leq .001$)	
N = 307	

Hieraus lässt sich schließen, dass ein Zusammenhang zwischen der Exzessivität des Konsums von Film- und Serien-Streamingdiensten und den Symptomen einer Depression besteht, $F(1,305) = 6,284$, $p = .013$. Der Regressionskoeffizient lautet hier $B = .057$ ($SE = .023$), $t(305) = 2,507$, $p = .013$ und $\beta = .142$ ($SE = .023$). Da der Wert des Koeffizienten positiv ist, bedeutet das, wie auch schon bei der linearen Regression zu den allgemeinen Online-Streamingdiensten, dass pro steigender Einheit der Exzessivität des Konsum von Film- und Serien-Streamingdiensten der Wert der Symptome einer Depression um .057 Einheiten steigt. Die Exzessivität des Konsums von Film- und Serien-Streamingdiensten erklärt einen signifikanten Anteil der Varianz der Symptome einer Depression. Der Wert von R^2 liegt hier

bei einem Wert von $R^2 = .020$. Das bedeutet, dass 2,0% der Symptome einer Depression mit der Exzessivität des Konsums von Film- und Serien-Streamingdiensten erklärt werden können. Das Konfidenzintervall für diesen Zusammenhang liegt hierbei zwischen $B = .012$, $t(305) = 2,507$, $p = .013$ und $B = .101$, $t(305) = 2,507$, $p = .013$.

Beobachtet und kontrolliert man hierbei die Variable Alter, ergibt sich jedoch mit $F(2,288) = 8,060$, $p < .001$ ein nicht signifikantes Ergebnis für die unabhängige Variable der Exzessivität des Konsums von Film- und Serien-Streamingdiensten auf die Symptome einer Depression. Der Regressions-Koeffizient liegt hier bei $B = .041$ ($SE = .024$), $t(288) = 1,702$, $p = .090$ und $\beta = .099$ ($SE = .024$). Die Kontrollvariable weist hierbei einen Koeffizienten von $B = -.015$ ($SE = .004$), $t(288) = -3,346$, $p = .001$ und $\beta = -.194$ ($SE = .004$) auf. Das weist daraufhin, dass der gefundene Zusammenhang zwischen der Exzessivität des Konsums von Film- und Serien-Streamingdiensten auf die Symptome einer Depression, verfälscht ist, da das Alter eine große Rolle bei diesem Zusammenhang spielt. Da der Zusammenhang negativ ist, bedeutet es, dass jüngere Personen eher an den Symptomen einer Depression leiden. Diese multiple Regression weist ein R^2 von $R^2 = .053$ auf, was bedeutet, dass damit 5,3% der Varianz der Symptome einer Depression erklärt werden können. Wenn man das Geschlecht kontrolliert bleibt der Zusammenhang zwischen der Exzessivität des Konsums von Film- und Serien-Streamingdiensten auf die Symptome einer Depression mit $F(2,287) = 4,980$, $p = .002$ und einem Koeffizienten von $B = .053$ ($SE = .024$), $t(287) = 2,204$, $p = .028$ und $\beta = .127$ ($SE = .024$) bestehen. Außerdem stellt sich heraus, dass auch hierbei beim Geschlecht in der Ausprägung Andere, wieder ein Zusammenhang von $B = .915$ ($SE = .289$), $t(287) = 2,166$, $p = .002$ und $\beta = .185$ ($SE = .289$) besteht, mit einem $R^2 = .049$, also 4,9% der Varianz. Kontrolliert man den Faktor Bildung, bleibt der Zusammenhang zwischen der Exzessivität des Konsums von Film- und Serien-Streamingdiensten mit $F(2,287) = 4,312$, $p = .005$ und einem Koeffizienten von $B = .046$ ($SE = .024$), $t(287) = 1,942$, $p = .053$ und $\beta = .113$ ($SE = .024$) nicht bestehen. Die Bildung in der Ausprägung Matura hat jedoch einen Koeffizienten von $B = .201$ ($SE = .077$), $t(287) = 2,600$, $p = .010$ und $\beta = .157$ ($SE = .024$) und weist somit einen signifikanten Zusammenhang auf. Das R^2 liegt hier bei $R^2 = .043$, also werden 4,3% der Varianz damit erklärt.

Im Rahmen der bivariaten Pearson-Korrelation zwischen der unabhängigen Variable der Exzessivität des Konsums von Musik-Streamingdiensten und den Symptomen einer Depression konnte eine positive Korrelation von $r(305) = .211, p < .001$ festgestellt werden. Das bedeutet, es existiert ein kleiner bis moderater Zusammenhang zwischen diesen beiden Variablen, welcher als höchst signifikant gilt.

Tabelle 11: Pearson-Korrelation zwischen der Exzessivität des Konsums von Musik-Streamingdiensten und den Symptomen einer Depression

<i>Korrelationen</i>		Exzessivität des Konsums von Musik- Streamingdiensten	Symptome einer Depression
Exzessivität des Konsums von Musik- Streamingdiensten	Pearson-Korrelation	1	,211**
	Sig. (2-seitig)		,000
	N	307	307
Symptome einer Depression	Pearson-Korrelation	,211**	1
	Sig. (2-seitig)	,000	
	N	307	307

**. Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,01 (2-seitig) signifikant.

Die lineare Regression, welche für die Musik-Streamingdienste durchgeführt wurde, untersucht ebenfalls den Einfluss der unabhängigen Variable Exzessivität des Konsums von Musik-Streamingdiensten auf die abhängige Variable der Symptome einer Depression.

Tabelle 12: Regression: Einfluss der Exzessivität des Konsums von Musik-Streamingdiensten auf die Symptome einer Depression

<i>Symptome einer Depression</i>	Exzessivität des Konsums von Musik- Streamingdiensten
Koeffizient B	.085
Koeffizient Beta	.211
Signifikanz	.000***
Standardfehler	.023
T	3,764
R ²	.044
Korrigiertes R ²	.041

Schätzfehler	.553
F	14,166
*signifikant ($p \leq .05$), **sehr signifikant ($p \leq .01$), ***höchst signifikant ($p \leq .001$)	
N = 307	

Aus dieser Tabelle und den darin beschriebenen Ergebnissen lässt sich ein Zusammenhang zwischen der Exzessivität des Konsums von Musik-Streamingdiensten und den Symptomen einer Depression feststellen, $F(1,305) = 14,166$, $p < .001$. Der Regressionskoeffizient lautet hier $B = .085$ ($SE = .023$), $t(305) = 3,764$, $p < .001$ und $\beta = .211$ ($SE = .023$). Da der Wert des Koeffizienten B positiv ist, bedeutet das, wie auch schon bei der linearen Regression zu den allgemeinen Online-Streamingdiensten und jener zu den Film- und Serien-Streamingdiensten, dass pro steigender Einheit der Exzessivität des Konsums von Musik-Streamingdiensten der Wert der Symptome einer Depression um .085 Einheiten steigt. Die Exzessivität des Konsums von Musik-Streamingdiensten erklärt einen signifikanten Anteil der Varianz der Symptome einer Depression. Der Wert von R^2 liegt hier bei einem Wert von $R^2 = .044$. Das bedeutet, dass 4,4% der Symptome einer Depression mit der Exzessivität des Konsums von Musik-Streamingdiensten erklärt werden können. Das Konfidenzintervall für diesen Zusammenhang liegt hierbei zwischen $B = .040$, $t(305) = 3,764$, $p < .001$ und $B = .129$, $t(305) = 3,764$, $p < .001$.

Der Zusammenhang zwischen der Exzessivität des Konsums von Musik-Streamingdiensten und den Symptomen einer Depression bleibt auch bei eingesetzter Kontrollvariable Alter mit $F(2,288) = 10,358$, $p < .001$ bestehen, wobei er einen Koeffizienten von $B = .064$ ($SE = .024$), $t(288) = 2,700$, $p = .007$ und $\beta = .158$ ($SE = .024$) aufweist. Auch das Alter wirkt signifikant mit $B = -.013$ ($SE = .004$), $t(288) = -2,899$, $p = .004$ und $\beta = -.170$ ($SE = .004$). Das bedeutet, dass auch hier jüngere Personen häufiger und stärkere Symptome einer Depression aufweisen. Hierbei ergibt sich $R^2 = .067$, also eine Erklärung von 6,7% der Varianz. Kontrolliert man das Geschlecht, bleibt der Zusammenhang mit $F(2,287) = 6,999$, $p < .001$ ebenfalls bestehen, wobei er einen Koeffizienten von $B = .076$ ($SE = .023$), $t(287) = 3,273$, $p = .001$ und $\beta = .187$ ($SE = .023$) aufweist. Auch hier wirkt das Geschlecht in der Ausprägung Andere wieder signifikant mit $B = .783$ ($SE = .283$), $t(287) = 2,771$, $p = .006$ und $\beta = .159$ ($SE = .283$). Das ergibt ein $R^2 = .068$ und erklärt somit 6,8% der Varianz. Auch bei der Kontrollvariable Bildung bleibt der Haupteffekt mit $F(2,287) = 6,763$, $p < .001$ bestehen, mit einem Regressionskoeffizienten von $B = .077$ ($SE = .023$), $t(287) = 3,302$, $p = .001$ und $\beta = .190$ ($SE = .023$). Auch hierbei ist die Bildung in der Ausprägung Matura wieder signifikant mit $B =$

.188 ($SE = .076$), $t(287) = 2,459$, $p = .015$ und $\beta = .147$ ($SE = .076$). Das $R^2 = .066$, somit werden 6,6% der Varianz erklärt.

6.2.3 Einfluss der sozialen Konsumsituation auf die Korrelation zwischen der Exzessivität des Konsums von Film- und Serien-Streamingdiensten und den Symptomen einer Depression

Tabelle 13: Moderierte Regression: Einfluss der Exzessivität des Konsums von Film- und Serien-Streamingdiensten auf die Symptome einer Depression in Abhängigkeit der sozialen Konsumsituation

<i>Symptome einer Depression</i>			
Gesamtes Modell			
R ²	.055		
MSE	.309		
Gesamtsignifikanz	.000***		
F	5,899		
	Exzessivität des Konsums von Film- und Serien-Streamingdiensten	Soziale Konsumsituation: hauptsächlich alleine	Interaktion
Koeffizient B	.078	.343	-.055
Signifikanz	.007**	.011*	.228
Standardfehler	.029	.135	.046
T	2,741	2,550	-1,209
*signifikant ($p \leq .05$), **sehr signifikant ($p \leq .01$), ***höchst signifikant ($p \leq .001$)			
N = 307			

Bei der moderierten Regressionsanalyse, wobei X = Exzessivität des Konsums von Film- und Serien-Streamingdiensten, Y = Symptome einer Depression und der Moderator W = Dummy Variable der sozialen Konsumsituation in der Ausprägung: hauptsächlich alleine ist, ergab sich ein signifikantes Modell von $F(3,303) = 5,899$, $p < .001$. Das Modell weist ein $R^2 = .055$ auf und erklärt somit 5,5% der Varianz. Hierbei ist jedoch nun der Interaktionseffekt zwischen der unabhängigen Variable X und dem Moderator W zu beachten. Dieser Interaktionseffekt ist mit $B = -.055$ ($SE = .046$), $t(303) = -1,209$, $p > .05$ nicht signifikant und somit hat die soziale Konsumsituation in der Ausprägung: hauptsächlich alleine, keinen signifikanten Einfluss auf den Korrelations-Effekt zwischen der unabhängigen Variable Exzessivität des Konsums von Film- und Serien-Streamingdiensten und der abhängigen Variable Symptome einer Depression.

6.2.4 Einfluss der örtlichen Konsumsituation auf die Korrelation zwischen der Exzessivität des Konsums von Film- und Serien-Streamingdiensten und den Symptomen einer Depression

Tabelle 14: Moderierte Regression: Einfluss der Exzessivität des Konsums von Film- und Serien-Streamingdiensten auf die Symptome einer Depression in Abhängigkeit der örtlichen Konsumsituation

<i>Symptome einer Depression</i>			
Gesamtes Modell			
R ²	.029		
MSE	.318		
Gesamtsignifikanz	.029*		
F	3,057		
	Exzessivität des Konsums von Film- und Serien-Streamingdiensten	Örtliche Konsumsituation: hauptsächlich zuhause	Interaktion
Koeffizient B	.174	.303	-.129
Signifikanz	.024*	.282	.109
Standardfehler	.077	.281	.080
T	2,264	1,077	-1,607
*signifikant ($p \leq .05$), **sehr signifikant ($p \leq .01$), ***höchst signifikant ($p \leq .001$)			
N = 307			

Bei der moderierten Regressionsanalyse, wobei die gleiche unabhängige und abhängige Variable wie in der vorherigen Regression verwendet wird, wird hierbei mit dem Moderator W = Dummy Variable der örtlichen Konsumsituation in der Ausprägung: hauptsächlich zuhause gerechnet. Es ergab sich dabei ein signifikantes Modell von $F(3,303) = 5,331$, $p = .001$. Das Modell weist ein $R^2 = .029$ auf und erklärt somit 2,9% der Varianz. Hierbei ist jedoch nun der Interaktionseffekt zwischen der unabhängigen Variable und dem Moderator örtliche Konsumsituation: hauptsächlich zuhause zu beachten. Dieser Interaktionseffekt ist mit $B = -.047$ ($SE = .080$), $t(303) = -.895$, $p > .05$ nicht signifikant und somit hat die örtliche Konsumsituation in der Ausprägung: hauptsächlich zuhause, keinen signifikanten Einfluss auf den Korrelations-Effekt zwischen der unabhängigen Variable Exzessivität des Konsum von Film- und Serien-Streamingdiensten und der abhängigen Variable Symptome einer Depression.

6.2.5 Einfluss der sozialen Konsumsituation auf die Korrelation zwischen der Exzessivität des Konsums von Musik-Streamingdiensten und den Symptomen einer Depression

Tabelle 15: Moderierte Regression: Einfluss der Exzessivität des Konsums von Musik-Streamingdiensten auf die Symptome einer Depression in Abhängigkeit der sozialen Konsumsituation

<i>Symptome einer Depression</i>			
Gesamtes Modell			
R ²	.067		
MSE	.305		
Gesamtsignifikanz	.000***		
F	7,248		
	Exzessivität des Konsums von Musik- Streamingdiensten	Soziale Konsumsituation: hauptsächlich alleine	Interaktion
Koeffizient B	.140	.322	-.091
Signifikanz	.000***	.008**	.046*
Standardfehler	.034	.120	-.045
T	4.074	2,674	-2,004
*signifikant ($p \leq .05$), **sehr signifikant ($p \leq .01$), ***höchst signifikant ($p \leq .001$)			
N = 307			

Die moderierten Regressionsanalyse, wobei X = Exzessivität des Konsums von Musik-Streamingdiensten, Y = Symptome einer Depression und der Moderator W = Dummy Variable der sozialen Konsumsituation in der Ausprägung: hauptsächlich alleine ist, ergab sich ein signifikantes Modell von $F(3,303) = 7,248$, $p < .001$. Das Modell weist ein $R^2 = .067$ auf und erklärt somit 6,7% der Varianz. Der Interaktionseffekt zwischen der unabhängigen Variable und dem Moderator ist mit $B = -.091$ ($SE = .045$), $t(303) = -1,209$, $p = .046$ signifikant und somit hat die soziale Konsumsituation in der Ausprägung: hauptsächlich alleine, einen signifikanten Einfluss auf den Korrelations-Effekt zwischen der unabhängigen Variable Exzessivität des Konsums von Musik-Streamingdiensten und der abhängigen Variable Symptome einer Depression. Da der Koeffizient B hier negativ ist, bedeutet das, dass die soziale Konsumsituation: hauptsächlich alleine, dazu führt, dass der Effekt, der Exzessivität des Konsums von Musik-Streamingdiensten auf die Symptome einer Depression, sinkt. Der Interaktions-Effekt erklärt zusätzliche 1,24% der Varianz, da $R^2\text{-}chg = .0124$.

Kontrolliert man bei diesem Effekt die Variable Alter, bleibt der Interaktionszusammenhang mit $F(4,286) = 6,402$, $p = .001$ und einem Regressionskoeffizienten von $B = -.089$ ($SE = .047$), $t(286) = -1,888$, $p = .060$ nicht bestehen. Das Alter wirkt mit $B = -.012$ ($SE = .045$), $t(286) = -2,656$, $p = .008$ signifikant. Das bedeutet, dass dieser Effekt eher vom Alter abhängig ist, als von der Interaktion mit dem Moderator soziale Situation in der Ausprägung alleine. Dabei weisen wieder jüngere Personen häufiger und mehr Symptome einer Depression auf. Das $R^2 = .082$, es können also 8,2% der Varianz hiermit erklärt werden. Auch dem Geschlecht hält der Einfluss nicht stand mit $F(5,285) = 5,472$, $p = .001$ und einem Regressionskoeffizienten von $B = -.084$ ($SE = .047$), $t(285) = -1,777$, $p = .076$. Das Geschlecht hat demnach einen signifikanten Einfluss auf den Effekt, der den Haupteffekt stört. In der Ausprägung Männlich weist dieser einen Koeffizienten von $B = -.084$ ($SE = .287$), $t(285) = -2,945$, $p = .035$ auf, mit einem $R^2 = .063$. Bei Kontrolle der Bildung bleibt der Haupteffekt mit $F(5,285) = 5,427$, $p = .001$ und einem Koeffizienten von $B = -.100$ ($SE = .471$), $t(285) = -2,122$, $p = .035$ bestehen.

6.2.6 Einfluss der örtlichen Konsumsituation auf die Korrelation zwischen der Exzessivität des Konsums von Musik-Streamingdiensten und den Symptomen einer Depression

Tabelle 16: Moderierte Regression: Einfluss der Exzessivität des Konsums von Musik-Streamingdiensten auf die Symptome einer Depression in Abhängigkeit der örtlichen Konsumsituation

<i>Symptome einer Depression</i>			
Gesamtes Modell			
R ²	.050		
MSE	.311		
Gesamtsignifikanz	.001***		
F	5,331		
	Exzessivität des Konsums von Musik- Streamingdiensten	Örtliche Konsumsituation: hauptsächlich zuhause	Interaktion
Koeffizient B	.091	.004	-.047
Signifikanz	.001***	.971	.372
Standardfehler	.028	.118	.052
T	3,249	.036	-.895
*signifikant ($p \leq .05$), **sehr signifikant ($p \leq .01$), ***höchst signifikant ($p \leq .001$)			
N = 307			

Die moderierten Regressionsanalyse, wobei X = Exzessivität des Konsums von Musik-Streamingdiensten, Y = Symptome einer Depression und der Moderator W = Dummy Variable der örtlichen Konsumsituation in der Ausprägung: hauptsächlich zuhause ist, ergab sich ein signifikantes Modell von $F(3,303) = 5,331, p = .001$. Das Modell weist ein $R^2 = .050$ auf und erklärt somit 5,0% der Varianz. Der Interaktionseffekt zwischen der unabhängigen Variable und dem Moderator ist mit $B = -.047$ ($SE = .052$), $t(303) = -.895, p > .05$ nicht signifikant und somit hat die örtliche Konsumsituation in der Ausprägung: hauptsächlich zuhause, keinen signifikanten Einfluss auf den Korrelations-Effekt zwischen der unabhängigen Variable Exzessivität des Konsum von Musik-Streamingdiensten und der abhängigen Variable Symptome einer Depression.

6.2.7 Auswirkung der konsumierten Film- und Serien-Genres auf die Symptome einer Depression

Tabelle 17: Regression: Einfluss des konsumierten Film- und Serien-Genres Drama auf die Symptome einer Depression

<i>Symptome einer Depression</i>	
	Genre: Drama
Koeffizient B	.327
Koeffizient Beta	.281
Signifikanz	.000***
Standardfehler	.074
T	4,407
R^2	.089
Korrigiertes R^2	.043
Schätzfehler	.560
F	1,963
*signifikant ($p \leq .05$), **sehr signifikant ($p \leq .01$), ***höchst signifikant ($p \leq .001$)	
N = 297	

Um eine Hypothese generieren zu können, der Konsum welcher Film- und Serien-Genres eine Auswirkung auf die Symptome einer Depression hat, wurde eine multiple Regression, $F(14,283) = 1,963, p = .021$, durchgeführt. Das Modell weist ein $R^2 = .089$ auf und erklärt somit 8,9% der Varianz. Es wurden 14 verschiedene Genres, als unabhängige Variablen eingesetzt. Dabei ergab sich, dass das Genre: Drama, als einziges dieser 14, einen signifikanten Einfluss von $B = .327$ ($SE = .074$), $t(283) = 4,407, p < .001$ und $\beta = .281$ ($SE =$

.074) auf die Symptome einer Depression hat. Drama weist hierbei sogar ein hochsignifikantes Ergebnis und eine moderate Steigung auf. Bei den weiteren 13 Genres ergab sich kein signifikantes Ergebnis. Das Genre: Action weist $B = -.041$ ($SE = .072$), $t(283) = -.573$, $p > .05$ und $\beta = -.036$ ($SE = .072$) auf. Der Regressionskoeffizient beim Genre: Anime war bei $B = .130$ ($SE = .111$), $t(283) = 1,163$, $p > .05$ und $\beta = .070$ ($SE = .111$). Beim Genre: Doku lag er bei $B = -.051$ ($SE = .075$), $t(283) = -.675$, $p > .05$ und $\beta = -.043$ ($SE = .075$). Der Regressionskoeffizient des Genre: Horror lautet $B = -.045$ ($SE = .087$), $t(283) = -.512$, $p > .05$ und $\beta = -.032$ ($SE = .087$). Das Genre: Komödie weist einen Koeffizienten von $B = -.072$ ($SE = .081$), $t(283) = -.887$, $p > .05$ und $\beta = -.056$ ($SE = .081$) auf. Genre: Mystery hat einen Koeffizienten von $B = -.035$ ($SE = .080$), $t(283) = -.441$, $p > .05$ und $\beta = -.028$ ($SE = .080$). Genre: Reality liegt bei $B = .020$ ($SE = .076$), $t(283) = .264$, $p > .05$ und $\beta = .016$ ($SE = .076$). Genre: Romantik weist einen Koeffizienten von $B = .019$ ($SE = .076$), $t(283) = .256$, $p > .05$ und $\beta = .017$ ($SE = .076$) auf. Der Regressionskoeffizient beim Genre: Thriller war bei $B = -.002$ ($SE = .071$), $t(283) = -.026$, $p > .05$ und $\beta = -.002$ ($SE = .072$). Das Genre: Wissenschaft liegt bei $B = .015$ ($SE = .078$), $t(283) = .197$, $p > .05$ und $\beta = .013$ ($SE = .078$). Beim Genre: Sci-Fi lag der Koeffizient bei $B = .084$ ($SE = .086$), $t(283) = .986$, $p > .05$ und $\beta = .066$ ($SE = .086$). Das Genre: Fantasy weist einen Regressionskoeffizienten von $B = .016$ ($SE = .076$), $t(283) = .215$, $p > .05$ und $\beta = .014$ ($SE = .076$). Und das letzte untersuchte Genre: Musik und Musicals hat einen Regressionskoeffizienten von $B = -.062$ ($SE = .083$), $t(283) = -.741$, $p > .05$ und $\beta = -.044$ ($SE = .083$). Diese 13 Genres haben jedoch, wie in den Zahlen zu sehen ist keinerlei signifikanten Einfluss.

Der Effekt des Genres Drama auf die Symptome einer Depression bleibt auch mit $F(15,275) = 2,371$, $p = .003$ und einem Koeffizienten von $B = .304$ ($SE = .076$), $t(275) = 3,981$, $p < .001$ und $\beta = .259$ ($SE = .076$) bestehen. Auch dem Geschlecht hält es mit $F(16,274) = 2,337$, $p = .003$ und einem Koeffizienten von $B = .343$ ($SE = .075$), $t(274) = 4,582$, $p < .001$ und $\beta = .292$ ($SE = .075$) stand. Bei der Kontrolle der Bildung verändert sich der Effekt mit $F(16,274) = 2,096$, $p = .009$ und einem Koeffizienten von $B = .327$ ($SE = .076$), $t(274) = 4,301$, $p < .001$ und $\beta = .279$ ($SE = .076$) ebenfalls nicht.

6.2.8 Auswirkung von konsumierten Musik-Genres auf die Symptome einer Depression

Tabelle 17: Regression: Einfluss des konsumierten Musik-Genres Alternative auf die Symptome einer Depression

<i>Symptome einer Depression</i>	
	Genre: Alternative
Koeffizient B	.162
Koeffizient Beta	.138
Signifikanz	.047*
Standardfehler	.081
T	1,995
R ²	.246
Korrigiertes R ²	.060
Schätzfehler	.574
F	1,100
*signifikant ($p \leq .05$), **sehr signifikant ($p \leq .01$), ***höchst signifikant ($p \leq .001$)	
N = 290	

Um eine Hypothese generieren zu können, der Konsum welcher Musik-Genres eine Auswirkung auf die Symptome einer Depression hat, wurde eine multiple Regression, $F(16,274) = 1,100$, $p > .05$, durchgeführt. Das Modell weist ein $R^2 = .060$ auf und erklärt somit 6,0% der Varianz. Dies kann jedoch nicht behauptet werden, da das gesamte Modell nicht als signifikant gilt. Es wurden 16 verschiedene Musik-Genres, als unabhängige Variablen eingesetzt. Dabei ergab sich, dass das Genre: Alternative, als einziges dieser 16, einen signifikanten Einfluss mit $B = .162$ ($SE = .081$), $t(274) = 1,995$, $p = .047$ und $\beta = .138$ ($SE = .081$) auf die Symptome einer Depression hat. Auch das kann jedoch nicht verwendet werden, da das gesamte Modell nicht als signifikant gilt. Die 15 weiteren Genres wiesen alle keinen signifikanten Zusammenhang auf. Genre: Pop hat einen Regressionskoeffizienten von $B = -.042$ ($SE = .079$), $t(274) = -.532$, $p > .05$ und $\beta = -.034$ ($SE = .079$). Das Genre: HipHop weist einen Koeffizienten von $B = .037$ ($SE = .075$), $t(274) = .498$, $p > .05$ und $\beta = .032$ ($SE = .075$) auf. Beim Genre: Dance/Electronic ergibt dieser $B = .044$ ($SE = .071$), $t(274) = .616$, $p > .05$ und $\beta = .038$ ($SE = .071$). Das Genre: Rock weist einen Regressionskoeffizienten von $B = -.067$ ($SE = .077$), $t(274) = -.867$, $p > .05$ und $\beta = -.058$ ($SE = .077$) auf. Beim Genre: Klassik beträgt der Koeffizient $B = .063$ ($SE = .097$), $t(274) = .647$, $p > .05$ und $\beta = .046$ ($SE = .097$). Das Genre: Jazz liegt hier bei $B = .101$ ($SE = .121$), $t(274) = .831$, $p > .05$ und $\beta = .058$ ($SE = .121$). Genre: RnB hat einen Koeffizient von $B = .082$ ($SE = .090$), $t(274) = .910$, $p > .05$ und

$\beta = .063$ ($SE = .090$). Das Genre: Country liegt bei $B = .006$ ($SE = .099$), $t(274) = .059$, $p > .05$ und $\beta = .004$ ($SE = .099$). Beim Genre: Folk ergibt sich ein Koeffizient von $B = -.034$ ($SE = .128$), $t(274) = -.266$, $p > .05$ und $\beta = -.018$ ($SE = .128$). Das Genre: Punk liegt bei $B = -.048$ ($SE = .106$), $t(274) = -.457$, $p > .05$ und $\beta = -.033$ ($SE = .106$). Beim Genre: Metal liegt der Regressionskoeffizient bei $B = .103$ ($SE = .103$), $t(274) = 1,004$, $p > .05$ und $\beta = .071$ ($SE = .103$). Genre: K-Pop weist einen Koeffizienten von $B = -.020$ ($SE = .201$), $t(274) = -.102$, $p > .05$ und $\beta = -.006$ ($SE = .201$) vor. Beim Genre: Instrumental liegt dieser bei $B = .135$ ($SE = .094$), $t(274) = 1,435$, $p > .05$ und $\beta = .097$ ($SE = .094$). Genre: Latin liegt dabei bei $B = -.105$ ($SE = .107$), $t(274) = -.985$, $p > .05$ und $\beta = -.067$ ($SE = .107$). Und als letztes liegt beim Genre: Blues der Regressionskoeffizient bei $B = -.030$ ($SE = .153$), $t(274) = -.197$, $p > .05$ und $\beta = -.014$ ($SE = .153$). Keines dieser Genres zeigte einen signifikanten Effekt, außer dem Genre: Alternative. Jedoch kann auch dieses nicht zur Hypothesengenerierung genutzt werden, da es das Modell an sich nicht als signifikant gilt.

6.3 Hypothesenprüfung

Anhand der durchgeführten Auswertungen, werden nun in den folgenden Abschnitten, die vorab verfassten, aus der bestehenden Literatur resultierenden, Hypothesen überprüft. Die Überprüfung dieser Hypothesen findet unter den Limitationen statt, welche in den folgenden Kapiteln ebenfalls noch beschrieben werden. Beispielsweise ist hierbei eine Limitation, die momentan andauernde Corona-Pandemie, die das Konsumverhalten von Streamingdiensten und auch die mentale Verfassung der Proband*innen beeinflussen könnte.

*H1: Je exzessiver die Rezipient*innen Online-Streamingdienste konsumieren, desto häufiger und stärker treten bei den Rezipient*innen Symptome einer Depression auf.*

Die durchgeführte Regression ergab einen positiven Zusammenhang zwischen der Exzessivität des Konsums von Online-Streamingdiensten und den Symptomen einer Depression. Wenn die Exzessivität des Konsums von Online-Streamingdiensten steigt, steigt auch die Anzahl und Stärke der von den Proband*innen wahrgenommenen Symptomen einer Depression, nach PHQ9 Fragebogen. Der berechnete Regressionskoeffizient $B = .071$ ($SE = .024$), $t(305) = 2,994$, $p = .003$ und $\beta = .169$ ($SE = .024$) ergab hierbei einen leichten Anstieg der Symptome einer Depression, wenn die Exzessivität des Konsums von Online Streamingdiensten ebenfalls steigt. R^2 liegt hierbei bei 2,9%. Es können also nur 2,9% der

Symptome einer Depression auch mit der Exzessivität des Konsums von Online-Streamingdiensten erklärt werden, was einem, verhältnismäßig kleinem, Prozentteil entspricht. Die Kausalitätsrichtung kann durch die Berechnung nicht festgestellt werden. Das bedeutet, dass nicht eindeutig ist, ob die Exzessivität die Symptome beeinflusst oder Personen mit Symptomen eher dazu neigen Online-Streamingdienste exzessiver zu konsumieren. Es konnte jedoch eine Korrelation zwischen den beiden Variablen gefunden werden, demnach ist es möglich die H1 vorläufig zu bestätigen, da diese auch den Kontrollvariablen Alter, Geschlecht und Bildung standhielt, wobei hier aufgezeigt wurde, dass auch einige andere Faktoren auf die Symptome einer Depression wirken.

*H2: Der Effekt der exzessiven Nutzung auf das Auftreten von Symptomen einer Depression bei den Rezipient*innen ist beim Konsum von Film- und Serien-Streamingdiensten stärker, als beim Konsum von Musik-Streamingdiensten.*

Es konnte sowohl bei der Untersuchung des Zusammenhanges zwischen der Exzessivität des Konsums von Film- und Serien-Streamingdiensten und den Symptomen einer Depression, als auch bei der Überprüfung des Zusammenhanges zwischen der Exzessivität des Konsums von Musik-Streamingdiensten und den Symptomen einer Depression, ein positives Ergebnis erzielt werden. In beiden Fällen steigen die Symptome einer Depression, sobald die Exzessivität des Konsums der jeweiligen Streamingdienste steigt. Bei der Untersuchung zu den Film- und Serien-Streamingdiensten ergab der Regressionskoeffizient $B = .057$ ($SE = .023$), $t(305) = 2,507$, $p = .013$ und $\beta = .142$ ($SE = .023$), wobei der Regressionskoeffizient bei der Untersuchung bezüglich der Musik-Streamingdienste $B = .085$ ($SE = .023$), $t(305) = 3,764$, $p < .001$ und $\beta = .211$ ($SE = .023$) ergab. Der Effekt zwischen der Exzessivität des Konsums von Film- und Serien-Streamingdiensten und den Symptomen einer Depression hielt jedoch den Kontrollvariablen Alter und Bildung nicht stand. Demnach hängt der Effekt stark von anderen Faktoren ab, die nicht die Exzessivität des Konsums betreffen. Der Effekt der Exzessivität des Konsums von Musik-Streamingdiensten auf die Symptome einer Depression hielt allen Kontrollvariablen stand. Anders als in der H2 vermutet, steigen demnach die Symptome einer Depression bei exzessiverem Film- und Serien-Streamingdienste-Konsum nicht stärker an, als bei dem Musik-Streamingdienste-Äquivalent dazu. Die H2 gilt es also an diesem Punkt zu falsifizieren. Die Hypothese muss verworfen werden und es gilt die Nullhypothese, bei der der Effekt bei dem Film- und Serien-Streamingdiensten nicht stärker ist als bei den Musik-Streamingdiensten. Es wurden im

Rahmen der Berechnungen zu den Korrelationen auch die Konfidenzintervalle der beiden Regressionskoeffizienten überprüft, um zu untersuchen, ob es möglich wäre eine Alternativhypothese aufzustellen, bei der die Exzessivität des Konsums von Musik-Streamingdiensten einen stärkeren Effekt auf die Symptome einer Depression hat als die Exzessivität des Konsums von Film- und Serien-Streamingdiensten. Da jedoch bei der Untersuchung der Film- und Serien-Streamingdienste das Konfidenzintervall des Regressionskoeffizienten zwischen $B = .012$, $t(305) = 2,507$, $p = .013$ und $B = .101$, $t(305) = 2,507$, $p = .013$ liegt und bei der Untersuchung zu den Musik-Streamingdiensten zwischen $B = .040$, $t(305) = 3,764$, $p < .001$ und $B = .129$, $t(305) = 3,764$, $p < .001$ ist es nicht möglich eine Alternativhypothese aufzustellen, da sich die beiden Regressionskoeffizienten hierbei überlappen.

*H3.1: Wenn die Film- und Serien-Streamingdienste hauptsächlich alleine konsumiert werden, dann verstärkt dies den Effekt von exzessivem Konsum auf das Auftreten der Symptome einer Depression bei den Rezipient*innen.*

Hierbei galt es zu untersuchen, ob die soziale Konsumsituation in der Ausprägung: hauptsächlich alleine einen signifikanten Einfluss auf die Stärke des Effekts zwischen der Exzessivität des Konsums von Film- und Serien-Streamingdiensten auf die Symptome einer Depression hat. Das Ergebnis der Regressionsanalyse, mit der sozialen Konsumsituation: alleine als Moderator, ergab ein nicht signifikantes Ergebnis, mit $B = -.055$ ($SE = .046$), $t(303) = -1,209$, $p > .05$. Demnach muss H3.1 verworfen werden und es gilt die Nullhypothese, dass der Moderator hierbei keinen signifikanten Einfluss auf die Korrelation zwischen den beiden Hauptvariablen Exzessivität des Konsums von Film- und Serien-Streamingdiensten und den Symptomen einer Depression hat.

*H3.2: Wenn Film- und Serien-Streamingdienste hauptsächlich zuhause konsumiert werden, dann verstärkt dies den Effekt von exzessivem Konsum auf das Auftreten der Symptome einer Depression bei den Rezipient*innen.*

Hierfür wurde der Moderator der örtlichen Situation in der Ausprägung: hauptsächlich zuhause genutzt. Auch diese moderierte Regressionsanalyse ergab mit $B = -.047$ ($SE = .080$), $t(303) = -.895$, $p > .05$ kein signifikantes Ergebnis. Auch hier wird deshalb H3.2 verworfen

und es gilt die Nullhypothese, dass das hauptsächliche Zuhause-konsumieren keinen signifikanten Einfluss auf den Effekt zwischen der Exzessivität des Konsums von Film- und Serien-Streamingdiensten und den Symptomen einer Depression hat.

*H3.3: Wenn die Musik-Streamingdienste hauptsächlich alleine konsumiert werden, dann verstärkt dies den Effekt von exzessivem Konsum auf das Auftreten der Symptome einer Depression bei den Rezipient*innen.*

Hierbei galt es, wie bereits zuvor bei dem Film- und Serien-Streamingdiensten, die Auswirkungen des Moderators soziale Konsumsituation in der Ausprägung: hauptsächlich alleine, auf den Haupteffekt zwischen der Exzessivität des Konsums von Musik-Streamingdiensten auf die Symptome einer Depression zu untersuchen. Dabei ergab sich durch die Berechnung ein signifikanter Effekt von $B = -.091$ ($SE = .045$), $t(303) = -1,209$, $p = .046$ des Moderators auf den Haupteffekt. Es können dabei zusätzliche 1,24% der Varianz des Modells erklärt werden, da $R^2\text{-chg} = .0124$. Anders als von der H3.3 erwartet, ist dieser Interaktions-Effekt jedoch nicht positiv, sondern negativ. Das bedeutet, dass Personen, bei höherer Exzessivität des Konsums von Musik-Streamingdiensten, wenn sie diese alleine konsumieren, weniger und schwächere Anzeichen der Symptome einer Depression zeigen. Die H3.3 kann also verworfen werden. Es kann hierbei jedoch auch keine Alternativhypothese erstellt werden, da der Interaktionseffekt den Kontrollvariablen Alter und Geschlecht nicht standhielt.

*H3.4: Wenn Musik-Streamingdienste hauptsächlich zuhause konsumiert werden, dann verstärkt dies den Effekt von exzessivem Konsum auf das Auftreten der Symptome einer Depression bei den Rezipient*innen.*

Bei dieser moderierten Regression wurde, wie zuvor auch schon bei den Film- und Serien-Streamingdiensten, untersucht, inwiefern sich der Moderator der örtlichen Konsumsituation in der Ausprägung: hauptsächlich zuhause, auf den Haupteffekt zwischen der Exzessivität des Konsums von Musik-Streamingdiensten auf die Symptome einer Depression auswirkt. Dabei ergab sich mit $B = -.047$ ($SE = .052$), $t(303) = -.895$, $p > .05$ ein nicht signifikanter Interaktions-Effekt. H3.4 kann demnach verworfen werden. Es gilt die Nullhypothese bei der die örtliche Konsumsituation keinen Einfluss auf die Stärke des Haupteffektes hat.

6.4 Hypothesengenerierung

6.4.1 Der Konsum welches Film- und Serien-Genres hat einen Effekt auf das Auftreten der Symptome einer Depression?

Von insgesamt 14 erhobenen Genres, gab es bei den Film- und Serien-Genres nur eines, welches einen signifikanten Zusammenhang zu dem Auftreten von Symptomen einer Depression zeigt. Dabei handelt es sich um das Film- und Serien Genre Drama. Dieses weist mit einem Regressionskoeffizienten von $B = .327$ ($SE = .074$), $t(283) = 4,407$, $p < .001$ und $\beta = .281$ ($SE = .074$) einen hochsignifikanten Effekt zu den Symptomen einer Depression auf. Dieser bleibt auch bei den Kontrollvariablen Alter, Geschlecht und Bildung bestehen. Auch hierbei gilt wieder, dass die Kausalitätsrichtung auf Grund der angewandten Untersuchungsmethode nicht bestimmt werden kann. Es ist möglich, dass Personen, die Drama konsumieren, häufiger und stärkere Symptome einer Depression aufzeigen. Jedoch ist es auch möglich, dass Personen, die an den Symptomen einer Depression leiden, häufig Drama konsumieren. Aber unabhängig von der Kausalitätsrichtung ist ein Zusammenhang zwischen den beiden Variablen vorhanden, welcher 8,9% der Varianz erklärt. Wir können daraus folgende Hypothese generieren:

*H4: Rezipient*innen, die das Film- und Serien-Genre Drama konsumieren, neigen dazu häufiger und stärker an den Symptomen einer Depression zu leiden, als jene, die dieses Genre nicht konsumieren.*

6.4.2 Der Konsum welches Musik-Genres hat einen Effekt auf das Auftreten der Symptome einer Depression?

Bei der Untersuchung der Musik-Genres im Zusammenhang mit den Symptomen einer Depression, wurden 16 unterschiedliche Genres erhoben. Grundsätzlich wurde hierbei ein Zusammenhang zwischen dem Genre Alternative und den Symptomen einer Depression berechnet. Der Regressionskoeffizient liegt hier bei $B = .162$ ($SE = .081$), $t(274) = 1,995$, $p = .047$ und $\beta = .138$ ($SE = .081$). Da jedoch das gesamte errechnete Modell mit $F(16,274) = 1,100$, $p > .05$ nicht als signifikant gilt, ist es in dieser Kategorie nicht möglich eine Hypothese zu generieren.

7. Diskussion und Ausblick

7.1 Zusammenfassung der Ergebnisse

Im folgenden Kapitel werden noch einmal kurz die Ergebnisse der Untersuchung zusammengefasst und auf das Wichtigste heruntergebrochen, um einen Überblick darüber zu bekommen, welchen Mehrwert diese Studie bietet.

Es gibt einen positiven Zusammenhang zwischen der steigenden Exzessivität des Konsums von Online-Streamingdiensten und den häufiger und stärker auftretenden Symptomen einer Depression.

Wie bereits durch vorliegende Literatur im Bereich der Kultivierung vermutet wurde, hat auch der Konsum von Online-Streamingdiensten eine Auswirkung auf die Proband*innen. Der exzessive Konsum dessen hängt, wie auch in anderen Lebensbereichen, auch bei den Online-Streamingdiensten, im Speziellen bei den Film- und Serien-Streamingdiensten und bei den Musik-Streamingdiensten, mit der mentalen Gesundheit der Rezipient*innen zusammen. Hierbei kann zwar durch diese Befragung, nicht ermittelt werden, ob die Exzessivität des Konsums auf die Symptome einer Depression oder umgekehrt wirkt, jedoch wurde im Rahmen der Analysen bestätigt, dass ein Zusammenhang zwischen den beiden Faktoren besteht. Dies gilt nicht nur für allgemeine Online-Streamingdienste, sondern auch für jene auf denen man Filme- und Serien, sowie jene auf denen man Musik konsumieren kann. Die Rezipient*innen, die diese häufiger konsumieren zeigen auch häufiger und stärker Symptome einer Depression, wie Interessen- und Freudlosigkeit, Niedergeschlagenheit, Schlafstörungen, Energielosigkeit, Essstörungen, niedriges Selbstwertgefühl, Konzentrationsschwierigkeiten, Bewegungsveränderungen und auch suizidale oder selbstverletzende Gedanken, auf. Binge-Watching beispielsweise wird benannt nach den klinischen Krankheitsbildern wie Binge-Drinking, Binge-Eating etc., gilt aber nach wie vor nicht als Sucht-Krankheit, obwohl, wie hier herausgefunden, auch diese Form von Sucht und exzessivem Verhalten, eine Verbindung zu den psychischen Symptomen einer Depression haben kann und somit potenziell Auswirkungen auf die mentale Gesundheit der Rezipient*innen hat. In der heutigen Zeit, in der sehr viele Menschen eben diese Online-Streamingdienste zu jeder Zeit und an jedem Ort konsumieren können, ist es wichtig, diese Auswirkungen von einem medizinischen und psychologischen Standpunkt aus in Blick zu behalten.

Es gibt einen positiven Zusammenhang zwischen der steigenden Exzessivität des Konsums von Musik-Streamingdiensten und den häufiger und stärker auftretenden Symptome einer Depression.

Unerwarteterweise konnte die H2 nicht verifiziert werden, bei der es darum ging dass Musik-Streamingdienste potenziell einen nicht so großen Zusammenhang zu den Symptomen einer Depression aufweisen wie der exzessive Konsum von Film- und Serien-Streamingdiensten. Anhand der Literatur und auch der Praxis, in der Musik oft eine sehr große Rolle für die Patient*innen und Psycholog*innen bei der Behandlung von psychischen Krankheiten, spielt, ist dieses Ergebnis eher unerwartet. Vor allem auch deshalb, da für Film- und Serien-Streamingdienste bereits ein etablierter Begriff wie Binge-Watching existiert, während es keinen so verbreiteten vergleichbaren Begriff beim exzessiven Konsum von Musik-Streamingdiensten gibt. Hierbei ist auch interessant anzumerken, dass keine der beiden Streamingdienst-Kategorien signifikant mehr oder weniger Auswirkungen auf die Symptome einer Depression aufweist. Feststellen lässt sich hier nur, dass sowohl die Film- und Serien-Streamingdienste als auch die Musik-Streamingdienste einen Zusammenhang zu den Symptomen einer Depression aufweisen. Da dies die am weitesten verbreiteten sind, wie bereits in der Literatur beschrieben, wäre es auch hierbei notwendig, bei der Forschung in die Tiefe zu gehen und diesen Zusammenhang näher zu ergründen. Es können auch hierbei keinerlei Aussagen zu den Film- und Serien-Streamingdiensten getroffen werden, da der Effekt den Kontrollvariablen nicht standhielt.

Die soziale Konsumsituation hat keinen Einfluss auf den positiven Zusammenhang zwischen der Exzessivität des Konsums von Film- und Serien-Streamingdiensten und den Symptomen einer Depression. UND Die örtliche Konsumsituation hat keinen Einfluss auf den positiven Zusammenhang zwischen der Exzessivität des Konsums von Film- und Serien-Streamingdiensten und den Symptomen einer Depression.

Sowohl die örtliche als auch die soziale Konsumsituation haben keinen Einfluss auf den Zusammenhang zwischen der Exzessivität des Konsums von Film- und Serien-Streamingdiensten und den Symptomen einer Depression. Dies war insofern nicht erwartbar, als dass beim alleinigen und zuhause Konsumieren, laut dem Kapitel über parasoziale Beziehungen leichter eine Verbindung zu den Charakteren aufgebaut werden kann. Dabei

stellt sich die Frage, ob die parasozialen Beziehungen wirklich einen großen Einfluss auf diesen Effekt haben oder ob der Zusammenhang zwischen den beiden Variablen durch andere Ursachen herbeizuführen ist. Dies wäre eine Thematik, die Potential für weitere Forschungen bieten würde.

Die örtliche Konsumsituation hat keinen Einfluss auf den positiven Zusammenhang zwischen der Exzessivität des Konsums von Musik-Streamingdiensten und den Symptomen einer Depression.

Auch bei dem Einfluss der sozialen und örtlichen Konsumsituation der Musik-Streamingdienste, ist das Ergebnis der Untersuchung unerwartet. Die örtliche Konsumsituation hat, wie bereits bei den Film- und Serien-Streamingdiensten keinen Einfluss auf den Haupteffekt. Die soziale Konsumsituation, in welcher hauptsächlich alleine konsumiert wird, schwächt jenen Haupteffekt sogar, was wieder dem Aufbau von parasozialen Beziehungen und deren Auswirkungen auf die Exzessivität des Konsums widerspricht. Da auch in der Literatur beschrieben wird, dass parasoziale Break-Ups Symptome hervorrufen können, ist auch dieses Ergebnis wider den Erwartungen. Hierbei können wieder keinerlei geltende Aussagen zur sozialen Konsumsituation getroffen, da diese den Kontrollvariablen nicht standhielt.

Es gibt einen Zusammenhang zwischen dem Konsum des Film- und Serien Genres Drama und den Symptomen einer Depression.

Die Untersuchung ergab, dass Personen, die das Film- und Serien-Genre Drama konsumieren, auch häufiger und stärker an den Symptomen einer Depression leiden. Hierbei gilt es in den zukünftigen Forschungen zu ergründen, warum dies der Fall ist. Dabei muss bei der genrespezifischen Kultivierung angesetzt werden. Diese, im Rahmen der Untersuchung generierte, Hypothese bietet großes Potential für weitere Forschungen.

Es konnte kein Zusammenhang zwischen einem Musik-Genre und den Symptomen einer Depression gefunden werden.

Hierbei kann leider bei keinem spezifischen Genre in der zukünftigen Forschung angesetzt werden, jedoch bietet auch diese Thematik weitere Forschungsfragen. Es wäre möglich eine weitere darauf fokussierte Forschung zu beginnen, welche mehr in die Tiefe geht und untersucht, warum hierbei kein spezifisches Genre im Zusammenhang mit den Symptomen einer Depression auftritt.

7.2 Limitation

In diesem Kapitel werden kurz einige Limitationen angeführt, die im Laufe der Untersuchung und bei der Interpretation und Auswertung der Ergebnisse der Befragung, aufgetreten sind.

Allgemein wurde versucht eine repräsentative Anzahl von ca. 300 Proband*innen für die Beantwortung des Fragebogens zu gewinnen. Dadurch, dass die Befragung hauptsächlich, wenn auch nicht nur, durch Facebook-Gruppen wie beispielsweise jene der Universität Wien, für Publizistik, Psychologie, Jus, Deutsch, Romanistik, Musikwissenschaften und noch viele weitere und auch durch Facebook-Gruppen, bei denen die Mitglieder allgemein Teilnehmer*innen für ihre Umfragen suchen, verbreitet wurde, war die Wahrscheinlichkeit hoch, dass der Altersdurchschnitt dem von Studierenden entsprechen wird. Die Zielgruppe der Befragung ist demnach relativ jung und es haben nur einzelne Personen über 30 Jahre teilgenommen. Ebenfalls wurde der Fragebogen über die Seite [surveycircle.com](https://www.surveycircle.com) weitergegeben, wo es auch darum geht, dass Studierende und Forschende einander helfen, weitere Proband*innen für ihre Befragung zu generieren. Demnach sind die Ergebnisse der Studie sowohl hinsichtlich des Alters, erwartet wurde ein Durchschnittsalter zwischen 22 und 30 Jahren, und hinsichtlich ihres Bildungsgrades, hierbei wurde davon ausgegangen, dass eher Personen mit akademischem Hintergrund teilnehmen werden, limitiert. Da der Fragebogen jedoch über unterschiedliche Forschungsgebiete verteilt wurde, gibt es hier kaum Limitationen. Auch hinsichtlich des Geschlechts müsste hierbei eine gewisse Randomisierung erreicht worden sein. Auch die Tatsache, dass der Fragebogen hauptsächlich über soziale Netzwerke verbreitet wird, schränkt die Zielgruppe etwas ein. Jedoch ist hierbei heutzutage eher davon auszugehen, dass Personen die Online-Streamingdienste wie Netflix, Prime, Spotify und Co nutzen, auch den sozialen Medien und dem Internet und der digitalen

Unterhaltung generell nicht abgeneigt sind. Das Sample bezieht sich also auf junge Akademiker*innen jedes Geschlechts, die vergleichsweise aktiv auf sozialen Medien sind. Das Ausfüllen des Fragebogens ist nicht an Limitationen gebunden. Die einzige Voraussetzung, die die Teilnehmer*innen hierbei erfüllen sollten, ist, dass sie Online-Streamingdienste konsumieren oder bereits einmal konsumiert haben. Dies ist keinerlei Einschränkung, da es sich auf die Zielgruppe des Fragebogens fokussiert. Was jedoch durchaus einen Einfluss auf die Teilnahme der Personen nehmen konnte, ist die Verlosung, welche im Rahmen dessen stattfindet. Es wird ein 25€ Netflix Gutschein verlost. Dies könnte möglicherweise dazu führen, dass Personen, die häufiger Netflix als andere Online-Streaming-Plattformen nutzen, eher dazu geneigt sind, den Fragebogen auszufüllen. Da jedoch Netflix, wie bereits in der Einleitung erwähnt, der größte und User-reichste entgeltliche Online-Streamingdienst ist, lockt dies eher genau die Zielgruppe an, für die sich die Studie interessiert, da Netflix wahrscheinlich durch seine Reichweite sowieso präsenter gewesen wäre als andere Streamingdienste.

Dadurch, dass jeder, der den Fragebogen online entdeckt hat auch teilnehmen konnte, müsste durch diese Randomisierung, die Anzahl an psychisch kranken Personen hierbei genauso verteilt sein, wie in der allgemeinen Bevölkerung. Jedoch kommt es durch die Forschungsfragen- und Hypothesen-Setzung automatisch zu einer Limitation, da sich die Untersuchung und der Fragebogen nur auf das psychische Krankheitsbild der klassischen Depressionen bezieht. Andere psychische Störungen und Krankheiten, die oft auch mit Depressionen einhergehen können, werden hierbei auf Grund des Umfangs dieser Arbeit außen vor gelassen, obwohl auch diese eine potenzielle Auswirkung auf das Ergebnis haben könnten und demnach auch eine Basis für weitere Forschung bilden könnten.

Eine weitere Limitation der Forschung könnte hierbei auf Grund des Faktors der sozialen Erwünschtheit gegeben sein. Da es sich bei dem psychischen und mentalen Zustand der Proband*innen um ein sehr sensibles, persönliches Thema handelt, geht dieses auch mit sozialer Erwünschtheit einher. Dabei könnte es der Fall sein, dass die Personen die Fragen des Fragebogens so beantworten, wie sie persönlich denken, dass es sozial akzeptiert wäre. Hierbei ist zum Beispiel möglich, dass bei den Symptomen einer Depression einige Proband*innen nicht angeben, wenn es ihnen in gewissen Punkten sehr häufig schlecht geht oder auch, dass bei der Nutzungshäufigkeit der Online-Streamingdienste untertrieben wird, da es nicht so sozial erwünscht ist, wenn man diese tatsächlich sehr exzessiv konsumiert.

Der Fragebogen an sich bietet auch eine gewisse Limitation. Es werden zwar sowohl die Seh-Gewohnheiten der Proband*innen, als auch der mentale Zustand, hinsichtlich Depressionen, genau erfasst und untersucht, jedoch ist es hierbei anhand der Methode der Regressions-Analyse nicht möglich, die Richtung der Kausalzusammenhänge herauszufinden. Demnach ist es also durchaus auch möglich, dass wenn Personen, die häufiger Online-Streamingdienste konsumieren, diese häufiger an Depressionen erkranken, jedoch auch, dass Personen die an Depressionen erkranken, häufiger Online-Streamingdienste nutzen. Dazu wäre es notwendig die Befragung anderweitig zu fokussieren und auszuwerten. Da es sich hierbei um eine Masterarbeit handelt, wird zwar versucht, so gut wie möglich alles zu erfassen, jedoch wäre es in einem größeren Rahmen durchaus möglich, noch viel weiter ins Detail bei der Nutzung und dem psychischen Zustand der Proband*innen zu gehen. Es handelt sich hierbei um ein sehr umfangreiches, breites Thema, welches noch großes Potential und hohe Wichtigkeit für zukünftige Forschung birgt. Auch was die Methodenwahl, der hauptsächlich quantitativen, anzukreuzenden Fragen betrifft, kommt hierbei eine gewisse Limitation zu Stande, da ein Stück weit die Individualität der Teilnehmer*innen verloren geht. Es wäre auch möglich an diese Forschung qualitativ, mit offenen Fragen heranzugehen, um noch mehr Details von einzelnen Personen zu erfahren, jedoch wurde für diese Masterarbeit die quantitative Methode gewählt, da diese für eine überblicksmäßige Forschung zum Sachverhalt, sinnvoller und repräsentativer erscheint. Außerdem handelt es sich beim gewählten Untersuchungsdesign um eine nicht-experimentelle Querschnittsstudie, die nur zu einem einzelnen Zeitpunkt von den Proband*innen ausgefüllt wird. Dies limitiert die Ergebnisse dahingehend, dass hierbei nicht untersucht wird, wie sich die Personen direkt nach dem Konsum von Online-Streamingdiensten fühlen, sondern nur auf den Angaben aus deren Gedächtnis beruht.

Weiters muss hinzugefügt werden, dass die Untersuchung im Jänner und Februar 2021 durchgeführt wurde, während sich Österreich in einem landesweiten Lockdown, auf Grund der Corona-Pandemie, befand. Dies könnte durchaus einen Einfluss auf die Angaben der Proband*innen bei der Befragung gehabt haben. Dadurch, dass viele Bereiche des Lebens wie zum Beispiel die Gastronomie, die Indoor-Sportstätten, die Kulturstätten und auch der Handel in diesem Zeitraum geschlossen waren, ist es durchaus möglich, dass die Personen zu diesem Zeitpunkt einen höheren Konsum von Online-Streamingdiensten angeben, als dies ohne die Beschränkungen und Bestimmungen, die der Lockdown und die Pandemie mit sich bringen, der Fall wäre. Außerdem wird durch die Pandemie und die Ausgangs- und Kontaktbeschränkungen, wobei man in diesem Zeitraum nur eine Person außerhalb des eigenen Haushaltes treffen durfte, die Psyche teilweise stärker belastet, als dies sonst der Fall

wäre. Diese Aspekte sind bei der Betrachtung der Ergebnisse und hinsichtlich Limitationen der Studie zu beachten.

7.3 Ausblick für die zukünftige Forschung

Wie bereits im Kapitel mit der Zusammenfassung der Ergebnisse kurz angeschnitten wurde, bietet die im Rahmen dieser Masterarbeit durchgeführte Untersuchung, ein großes Potential für weiterführende Forschungen. Beispielsweise könnten in zukünftigen Studien weitere psychische Krankheitsbilder mitaufgenommen werden, auf die der exzessive Konsum von Online-Streamingdiensten ebenfalls Auswirkungen hat. Weitere psychische Symptome, die im Zusammenhang damit auftreten, könnten dadurch erforscht werden und nicht nur psychische sondern auch körperliche Folgen dessen, spielen dabei eine Rolle. Es wäre außerdem eine Möglichkeit auch noch weitere Arten von Streamingdiensten, wie beispielsweise Podcast-Plattformen oder Sport-Plattformen dahingehend zu untersuchen. Interessant wäre auch ein tieferer Blick in die Thematik der Inhalte. Spielt es dabei eine Rolle, welche Inhalte auf den Plattformen rezipiert werden? Welche Inhalte haben intensivere Auswirkungen auf die mentale Gesundheit als andere? Äußerliche Konsumfaktoren könnten ebenfalls noch in die Untersuchung miteingebunden werden. Interessant wäre es auch auf die Aussagen einzugehen, die durch Kontrollvariablen ihren Zusammenhang verloren haben. Hierbei zeigte sich, dass auch andere Variablen großen Einfluss auf die Symptome einer Depression haben und diese gilt es weiter zu erforschen. Da die Studie auch durch die Methode der Querschnittsbefragung limitiert ist, wäre es auch eine Möglichkeit in Zukunft mit anderen Forschungsmethoden an die Thematik heranzugehen und beispielsweise zu untersuchen, wie sich die Proband*innen direkt nach dem Konsum der Streamingdienste fühlen. Auch eine Studie über Langzeitfolgen wäre hierbei von Interesse. Man erkennt an den letzten Zeilen bereits, dass diese Grundforschung thematisch quasi unendliches Potential für weitere Studien bietet, welche auch in einer Zeit, in der es den Konsument*innen möglich ist, Streamingdienste zu jeder Zeit und an jedem Ort zu konsumieren, von großer gesellschaftlicher, medizinischer und psychologischer Bedeutung sein könnten.

8. Literaturverzeichnis

- Ahmed, A. A. A. M. (2017). New era of TV-watching behavior: Binge watching and its psychological effects. *Media Watch*, 8(2), 192–207.
- Altenmüller, E. & Bernatzky, G. (2015). Musik als Auslöser starker Emotionen. In Bernatzky, G. & Kreutz, G. (Hrsg.), *Musik und Medizin*. Wien: Springer Verlag. 221–236.
- Barz, B., & Lányi, K. (2000). Streaming Media im Internet. *RZ-Mitteilungen der HU Berlin*, 20, 5–10.
- Baumeister, R. F., & Leary, M. R. (2017). The need to belong: Desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation. *Interpersonal development*, 57–89.
- Beullens, K., Roe, K. & Van den Bulck, J. (2011). The Impact of Adolescents' News and Action Movie Viewing on Risky Driving Behavior: A Longitudinal Study. *Human Communication Research*, 37, 488–508.
- Böker, H., Himmighoffen, H. & Zahner, J. (2010). Zur empirischen Evidenz psychodynamischer Psychotherapie bei depressiv Erkrankten. Oder: warum Eulen nach Athen tragen? In Böker, H. (Hrsg.), *Psychoanalyse im Dialog mit den Nachbarwissenschaften*. Gießen: Psychosozial-Verlag, 147–180.
- Boomgarden, H. (2019): *Vorlesungsunterlagen: VU VERQUAN Vertiefende quantitative Methoden*. Einheit 8.
- Boomgarden, H. (2019b): *Vorlesungsunterlagen: VU VERQUAN Vertiefende quantitative Methoden*. Einheit 9.
- Bortz, J. & Schuster, C. (2010). *Statistik für Human- und Sozialwissenschaftler* (7., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage). Heidelberg: Springer Verlag.
- Bowman, S. A. (2006). Peer Reviewed: Television-Viewing Characteristics of Adults: Correlations to Eating Practices and Overweight and Health Status. *Preventing chronic disease*, 3(2).
- Brandt, M. (2020): *124 Millionen zahlen für Spotify*. Abgerufen am 18. Juli 2020 auf Statista unter <https://de.statista.com/infografik/13769/monatlich-aktive-nutzer-und-zahlende-abonnenten-von-spotify->

weltweit/#:~:text=Spotify%20hat%20laut%20aktuellem%20Gesch%C3%A4ftsberich
t,271%20Millionen%20monatlich%20aktive%20Nutzer

Bundesministerium für Arbeit, Soziales, Gesundheit und Konsumentenschutz (2019):

Depressionsbericht Österreich: Eine interdisziplinäre und multiperspektivische Bestandsaufnahme. Wien.

Busch, V. & Metzner, S. (2015). Musik in der Depressionsbehandlung aus

musiktherapeutischer und musikpsychologischer Sicht. In Bernatzky, G. & Kreutz, G. (Hrsg.), *Musik und Medizin*. Wien: Springer Verlag, 189–218.

Clift S., Hancox G., Morrison I., Hess B., Stewart D. & Kreutz G. (2008). *Choral singing*,

wellbeing and health: Findings from a cross-national survey. Sidney De Haan

Research Centre for Arts and Health. Canterbury Christ Church University.

Cohen, J. (2004). Parasocial break-up from favorite television characters: The role of

attachment styles and relationship intensity. *Journal of Social and Personal Relationships*, 21, 187–202.

Cuypers K., Krokstad S., Langaas Holmen T., Skjei Knudtsen M., Olov Bygren L. & Holmen

J. (2012). Patterns of receptive and creative cultural activities and their association with perceived health, anxiety, depression and satisfaction with life among adults: The HUNT study, Norway. *Journal of Epidemiology and Community Health*, 66(8), 698–703.

Dandamudi, V. A., & Sathiyaseelan, A. (2018). Binge Watching: Why are college students

glued to their screens. *Journal of Indian Health psychology*, 12, 41–52.

Derrick, J. L., Gabriel, S., & Hugenberg, K. (2009). Social surrogacy: How favored television

programs provide the experience of belonging. *Journal of Experimental Social Psychology*, 45, 352–362.

Devasagayam, R. (2014). Media bingeing: A qualitative study of psychological influences.

In *Once Retro Now Novel Again: 2014 Annual Spring Conference Proceedings of the Marketing Management Association*, 40–44.

Diefenbach, D. L., & West, M. D. (2007). Television and Attitudes toward Mental Health

Issues: Cultivation Analysis and the Third-Person Effect. *Journal of Community Psychology*, 35, 181–195.

- Doob, A. N., & Macdonald, G. E. (1979). Television Viewing and Fear of Victimization: Is the Relationship Causal? *Journal of Personality and Social Psychology*, 37, 170–179.
- Dossche, D., & Van den Bulck, J. (2010). *30+ years of cultivation research. A meta analysis*. Vortragspaper präsentiert auf der 60. Jahrestagung der International Communication Association, Singapur.
- Eilders, C., Nitsch, C. & Wünsch, C. (2012). Politische Kultivierung am Vorabend. Ein prolonged-exposure-Experiment zur Wirkung der Fernsehserie „Lindenstraße“. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 2, 176–196.
- Ernst, C. P. H., Scheurer, M., & Rothlauf, F. (2018). Chapter Seventeen TV series characters^ feel like friends to me: The influence of perceived belonging on tv series addiction. *Combining Aesthetic and Psychological Approaches to TV Series Addiction*, 252.
- Exelmans, L., & Van den Bulck, J. (2018). Self-control depletion and sleep duration: The mediating role of television viewing. *Psychology & health*, 33(10), 1251–1268.
- Eyal, K. & Tukachinsky, R. (2018). The Psychology of Marathon Television Viewing: Antecedents and Viewer Involvement. *Mass Communication and Society*, 21(3), 275–295.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (2010). *Predicting and Changing behavior. The Reasoned Action Approach*. New York: Taylor & Francis.
- Gerbner, G. (1969). Toward „Cultural Indicators“: The Analysis of Mass Mediated Message Systems. *AV Communication Review*, 17, 137–148.
- Gerbner, G., & Gross, L. (1976). Living with television: The violence profile. *Journal of Communication*, 26(2), 171–199.
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N. (1986). Living with Television: The Dynamics of the Cultivation Process. In Bryant, J. & Zillmann, D. (Hrsg.), *Perspectives on Media Effects*. Hillsdale: Erlbaum. 17–40.
- Gold C., Solli H.P., Kruger V. & Lie S.A. (2009). Dose-response relationship in music therapy for people with serious mental disorders: Systematic review and meta-analysis. *Clinical Psychology Review*, 29, 193–207.

- Gräfe, K., Zipfel, S., Herzog, W., & Löwe, B. (2004). Screening psychischer Störungen mit dem “Gesundheitsfragebogen für Patienten (PHQ-D)“. *Diagnostica*, 50(4), 171–181.
- Hawkins, R. P., & Pingree, S. (1981). Using Television to Construct Social Reality. *Journal of Broadcasting*, 25, 347 – 364.
- Hawkins, R. P., Pingree, S., & Adler, I. (1987). Searching for Cognitive Processes in the Cultivation Effect. Adult and Adolescent Samples in the United States and Australia. *Human Communication Research*, 13, 553–577.
- Heise, S., Himmerich, H. & Steinberg, H. (2013). Die Diskussion um die Anwendung und die Wirksamkeit von Musik bei depressiven Störungen in Geschichte und Gegenwart. *Fortschritte der Neurologie: Psychiatrie*, 81(08), 426–436.
- Hirsch, P. (1980). The ‚Scary World‘ of the Nonviewers and Other Anomalies: A Reanalysis of Gerbner et al.’s Findings on Cultivation Analysis. Part I. *Communication Research*, 7, 403–456.
- Hoang, T. D., Reis, J., Zhu, N., Jacobs, D. R., Launer, L. J., Whitmer, R. A. & Yaffe, K. (2016). Effect of early adult patterns of physical activity and television viewing on midlife cognitive function. *JAMA psychiatry*, 73(1), 73–79.
- Holzinger, A. (2000). *Basiswissen Multimedia. Band 1: Technik* (1. Ausg.). Würzburg: Vogel Verlag.
- Holbert, R. L., Shah, D. V., & Kwak, N. (2004). Fear, Authority, and Justice: Crime-Related TV Viewing and Endorsements of Capital Punishment and Gun Ownership. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 81, 343–363.
- Hsu, M. (2014). *How to overcome a binge-watching addiction*. Abgerufen am 10. Februar 2021 beim The Wall Street Journal unter <https://www.wsj.com/articles/how-to-overcome-a-binge-watching-addiction-1411748602>
- Jacobsen, W. C., & Forste, R. (2011). The wired generation: Academic and social outcomes of electronic media use among university students. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(5), 275–280.

- Jeffres, L. W., Neuendorf, K. A., Bracken, C., & Atkin, D. (2008). Integrating Theoretical Traditions in Media Effects: Using Third-Person Effects to Link Agenda-Setting and Cultivation. *Mass Communication & Society*, 11, 470–491.
- Jenner, M. (2017). Binge-watching: Video-on-demand, quality TV and mainstreaming fandom. *International Journal of Cultural Studies*, 20(3), 304–320.
- Kohn W., Öztürk R. (2013). *Statistik für Ökonomen*. Springer-Lehrbuch. Berlin, Heidelberg: Springer Gabler.
- Kubey, R., & Csikszentmihalyi, M. (2002). Television addiction is no mere metaphor. *Scientific American*, 286(2), 74–80.
- Kurose, J. F., & Ross, K. W. (2008). *Computernetzwerke: Der Top-Down-Ansatz*. Pearson Deutschland GmbH. 631.
- Linville, T. (2013). *Sites like Netflix often lead to binge watching of TV programs*. The Crimson White. Abgerufen am 10. Februar 2021 unter <https://cw.ua.edu/14953/news/sites-like-netflix-often-lead-to-binge-watching-of-tv-programs/>
- Löwe, B., Kroenke, K., Herzog, W., & Gräfe, K. (2004). Measuring depression outcome with a brief self-report instrument: sensitivity to change of the Patient Health Questionnaire (PHQ-9). *Journal of affective disorders*, 81(1), 61–66.
- Lücke, Stephanie (2007): *Ernährung im Fernsehen. Eine Kultivierungsstudie zur Darstellung und Wirkung*. Wiesbaden: Springer VS Verlag.
- Mares, M.-L. (1996). The Role of Source Confusions in Television's Cultivation of Social Reality Judgments. *Human Communication Research*, 23, 278–297.
- Maxwell, L. C. & Tefertiller, A. C. (2018). Depression, emotional states, and the experience of binge-watching narrative television. *Atlantic Journal of Communication*, 26(5), 278–290.
- Meltzer C., Rossmann C. & Schnauber A. (2016). Living with Television: The Violence Profile. In Potthoff, M. (Hrsg.), *Schlüsselwerke der Medienwirkungsforschung*. Wiesbaden: Springer VS Verlag.

- Merikivi, J., Salovaara, A., Mäntymäki, M. & Zhang, L. (2018). On the way to understanding binge watching behavior: the over-estimated role of involvement. *Electron Markets*, 28, 111–122.
- Meyer, A. M., Evenson, K. R., Couper, D. J., Stevens, J., Pereria, M. A., & Heiss, G. (2008). Television, physical activity, diet, and body weight status: the ARIC cohort. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 5(1), 68.
- Mikos, L. (2016). Digital media platforms and the use of TV content: Binge watching and video-on-demand in Germany. *Media and Communication*, 4(3), 154–161.
- Morgan, M., & Shanahan, J. (1997). Two decades of Cultivation Research: An appraisal and meta-analysis. In Burleson R. B. & Kunkel W. A. (Hrsg.), *Communication Yearbook* 20. Thousand Oaks: Sage. 1–45.
- Morgan, M., & Shanahan, J. (2010). The state of cultivation. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 54(2), 337–355.
- Oelgeschläger, M. (2014). *Ist das Anschauen von Videostreams im Internet legal? Eine Studie zur Rechtmäßigkeit des Streaming aus urheberrechtlicher Sicht*. Hamburg: Igel Verlag.
- Online Lexikon für Psychologie und Pädagogik (2020). Binge Watching.
- Panda, S., & Pandey, S. C. (2017). Binge watching and college students: motivations and outcomes. *Young Consumers*, 18(4), 425–438.
- Pino, N. W., & Smith, W. L. (2003). College students and academic dishonesty. *College Student Journal*, 37(4), 490–500.
- Poleshova, A. (2020a): *Marktanteile der einzelnen Anbieter an den zahlenden Abonnenten von Musikstreaming weltweit im 1. Halbjahr 2019*. Abgerufen am 18. Juli 2020 auf Statista unter <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/671214/umfrage/marktanteile-der-musikstreaming-anbieter-weltweit/>
- Poleshova, A. (2020b): *Statistiken zu Netflix*. Abgerufen am 18. Juli 2020 auf Statista unter <https://de.statista.com/themen/1840/netflix/> (letzter Aufruf: 18. Juli 2020).

- Poleshova, A. (2020c): *Anzahl der Streaming-Abonnenten von Netflix weltweit vom 3. Quartal 2011 bis zum 1. Quartal 2020*. Abgerufen am 18. Juli 2020 auf Statista unter <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/196642/umfrage/abonnenten-von-netflix-quartalszahlen/>
- Potter, W. J. (1988). Three Strategies for Elaborating the Cultivation Hypothesis. *Journalism Quarterly*, 65, 930–939.
- Potter, W. J. (1991). The relationships between first- and second-order measures of cultivation. *Human Communication Research*, 18(1), 92–113.
- Potter, W. J. & Ware, W. (1987): Traits of perpetrators and receivers of antisocial and prosocial acts on TV. *Journalism Quarterly*, 64, 382–391.
- Potter, W. J. & Warren, R. (1998): Humor as camouflage of televised violence. *Journal of Communication*, 48, 40–57.
- Quick, B. L. (2009). The Effects of Viewing Grey’s Anatomy on Perceptions of Doctors and Patient Satisfaction. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 53, 38–55.
- Reuter, K., & Härter, M. (2011). Screening und Diagnostik komorbider psychischer Störungen bei körperlichen Erkrankungen. *Bundesgesundheitsblatt -Gesundheitsforschung-Gesundheitsschutz*, 54(1), 22–28.
- Roskos-Ewoldsen, B., Davies, J., & Roskos-Ewoldsen, D. R. (2004). Implications of the Mental Models Approach for Cultivation Theory. *Communications: The European Journal of Communication Research*, 29, 345–363.
- Rossmann, C. (2008). *Fiktion Wirklichkeit. Ein Modell der Informationsverarbeitung im Kultivierungsprozess*. Wiesbaden: Springer VS Verlag.
- Rossmann, C. (2013). Kultivierungsforschung: Idee, Entwicklung und Integration. In Schweiger, W. & Fahr, A. (Hrsg.), *Handbuch Medienwirkungsforschung*, Wiesbaden: Springer VS Verlag, 207–223.
- Rossmann, C., & Brosius, H.-B. (2005). Vom hässlichen Entlein zum schönen Schwan? Zur Darstellung und Wirkung von Schönheitsoperationen im Fernsehen. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 53, 507–532.

- Schecker, H. (2014). Überprüfung der Konsistenz von Itemgruppen mit Cronbachs α . *Methoden in der naturwissenschaftsdidaktischen Forschung*.
- Schoenwald, K. (2003): *Für die Schönheit unters Messer? Eine Kultivierungsstudie zu Schönheitsoperationen im Fernsehen*. Magisterarbeit: Universität München.
- Schramm, H. (2005). *Mood Management durch Musik. Die alltägliche Nutzung von Musik zur Regulierung von Stimmungen*. Halem, Köln.
- Segrin, C., & Nabi, R. L. (2002). Does Television Viewing Cultivate Unrealistic Expectations about Marriage? *Journal of Communication*, 52, 247–261.
- Shanahan, J., Scheufele, D., Yang, F., & Hizi, S. (2004). Cultivation and Spiral of Silence Effects: The Case of Smoking. *Mass Communication & Society*, 7, 413–428.
- Shrum, L. J. (2009). Media Consumption and Perceptions of Social Reality. Effects and Underlying Processes. In Bryant, J. & Oliver, M. B. (Hrsg.), *Media Effects. Advances in Theory and Research*. New York, London: Routledge. 50–73.
- Shrum, L. J., Lee, J., Burroughs, J. E., & Rindfleisch, A. (2011). An Online Process Model of Second-Order Cultivation Effects: How Television Cultivates Materialism and Its Consequences for Life Satisfaction. *Human Communication Research*, 37, 34–57.
- Sloboda, J.A., Juslin, P.N. (2005). Affektive Prozesse: Emotionale und ästhetische Aspekte musikalischen Verhaltens. In Stoffer, T.H., Oerter, R. (Hrsg.), *Allgemeine Musikpsychologie*. Göttingen: Hogrefe. 767–841.
- Spahn, C., Bernatzky, G., & Kreutz, G. (2015). Musik und Medizin – ein Überblick. In Bernatzky, G. & Kreutz, G. (Hrsg.), *Musik und Medizin*. Wien: Springer Verlag. 17–24.
- Sotirovic, M. (2001). Media Use and Perceptions of Welfare. *Journal of Communication*, 51, 750–774.
- Sussman, S., & Moran, M. B. (2013). Hidden addiction: television. *Journal of Behavioral Addictions*, 2(3), 125–132.
- Tse Y.-K. (2016). Television's changing role in social togetherness in the personalized online consumption of foreign TV. *New Media & Society*, 18(8), 1547–1562.

- Urban, D. & Mayerl J. (2011). *Regressionsanalyse: Theorie, Technik und Anwendung* (4., überarbeitete und erweiterte Auflage). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Van den Bulck, J. (2000). Is television bad for your health? Behavior and body image of the adolescent “couch potato”. *Journal of Youth and Adolescence*, 29(3), 273–288.
- WHO (Jänner 2020): *Depression*. Abgerufen am 18. Juli 2020 unter <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/depression>
- Wilkinson, A.V., Bygren, L.O., Johansson, S.-E., Konlaan, B.B., Grijibovski, A.M. & Sjöström, M. (2009). Attending cultural events and cancer mortality: A Swedish cohort study. *Arts & Health*, 1(1), 63–71.
- Willens, M. (2013). *Face it: Binge-viewing is the new date night*. Abgerufen am 10. Februar 2021 bei The Huffington Post unter https://consent.yahoo.com/v2/collectConsent?sessionId=3_cc-session_26c650d9-c3fd-4aeb-b2ad-efaccc1d7f79
- Wünsch, C., Nitsch, C., & Eilders, C. (2012). Politische Kultivierung am Vorabend. Ein prolonged-exposure-Experiment zur Wirkung der Fernsehserie „Lindenstraße“. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 2, 176–196.
- Zillmann, D. (1988). Mood management through communication choices. *The American Behavioral Scientist*, 31(3), 327–340.
- Zillmann, D. (2000). Mood management in the context of selective exposure theory. *Communication Yearbook*, 23, 103–124.

Anhang

A. Fragebogen

Seite 1

Liebe Teilnehmer*innen,

ich möchte Sie hiermit einladen, an meiner Umfrage zum Thema "Online-Streamingdienste und mentale Gesundheit" teilzunehmen. Diese Umfrage dient einer Studie, die im Rahmen meiner Masterarbeit im Studienfach Publizistik und Kommunikationswissenschaften, durchgeführt wird. Es soll herausgefunden werden inwiefern der Konsum von Online-Streamingdiensten einen Einfluss auf die psychische Gesundheit der Rezipient*innen hat.

Bitte lesen Sie die Fragen aufmerksam durch, bevor Sie antworten.

Die Beantwortung des Fragebogens dauert ca. 10 bis 15 Minuten. Im Rahmen dessen können Sie, passend zur Thematik, bei Angabe Ihrer E-Mail-Adresse auch einen Netflix-Gutschein im Wert von 25€ gewinnen. Dieser wird zufällig unter allen Teilnehmer*innen verlost, die ihre E-Mail-Adresse angeben.

Der Schutz ihrer persönlichen Daten ist mir dabei wichtig. Die Daten werden daher ausschließlich auf Grundlage der gesetzlichen Bestimmungen (§ 2f Abs 5 FOG) erhoben und verarbeitet. Die im Rahmen der Befragung erhobenen Daten werden anonym abgespeichert. Es erfolgt also keine Namensnennung und ein Rückschluss auf Ihre Person ist demnach nicht möglich.

Die Befragung wird im Rahmen einer Masterarbeit an der Universität Wien erstellt. Die Daten können von dem Betreuer der wissenschaftlichen Arbeit für Zwecke der Leistungsbeurteilung eingesehen werden.

Die erhobenen Daten dürfen gemäß Art 89 Abs 1 DSGVO grundsätzlich unbeschränkt gespeichert werden. Es besteht das Recht auf Auskunft durch die Verantwortliche dieser Studie über die erhobenen personenbezogenen Daten sowie das Recht auf Berichtigung, Löschung, Einschränkung der Verarbeitung der Daten sowie ein Widerspruchsrecht gegen die Verarbeitung sowie des Rechts auf Datenübertragbarkeit.

Wenn Sie Fragen zu dieser Erhebung haben, wenden Sie sich bitte gern an die Verantwortliche dieser Untersuchung: Magdalena Lechner (a01404390@unet.univie.ac.at).

Studentin der Studienrichtung Publizistik und Kommunikationswissenschaften an der Universität Wien (Währinger Straße 29, 1090 Wien).

Für grundsätzliche juristische Fragen im Zusammenhang mit der DSGVO/FGO und studentischer Forschung wenden Sie sich an den Datenschutzbeauftragten der Universität Wien, Dr. Daniel Stanonik, LL.M. (verarbeitungsverzeichnis@univie.ac.at). Zudem besteht das Recht der Beschwerde bei der Datenschutzbehörde (zB. über dsb@dsb.gv.at)

Danke für Ihr Interesse und fürs Mitmachen!

Magdalena Lechner

Seite 2

1. Wie häufig nutzen Sie Online-Streamingdienste?

(Hier sind ALLE On-Demand-Online-Streamingdienste wichtig: Film/Serien, Musik, Sport, Hörbücher, Podcasts, etc.)

☐	Nie
☐	Alle paar Monate
☐	Ca. 1 Mal im Monat
☐	Ca. alle 2 Wochen
☐	Ca. 1 Mal pro Woche
☐	Mehrmals pro Woche
☐	(Fast) Jeden Tag

2. Wie oft nutzen Sie Online-Streamingdienste exzessiv?

(exzessiv = mehrere Stunden am Stück ohne Pause)

☐	Nie
☐	Alle paar Monate
☐	Ca. 1 Mal im Monat
☐	Ca. alle 2 Wochen
☐	Ca. 1 Mal pro Woche
☐	Mehrmals pro Woche
☐	(Fast) Jeden Tag

3. Wie viele Stunden in der Woche konsumieren Sie Inhalte von Online-Streamingdiensten?

☐	Weniger als 2 Stunden
☐	2 bis 5 Stunden
☐	5 bis 8 Stunden
☐	8 bis 11 Stunden
☐	11 bis 14 Stunden
☐	Mehr als 14 Stunden

4. Welche Online-Streamingdienste nutzen Sie?

(entgeltlich und unentgeltlich, Mehrfachnennung möglich)

☐	Serien und Film
☐	Musik
☐	Sport
☐	Hörbücher
☐	Podcasts
☐	Keine
☐	Andere

5. Welche Online-Streamingdienste nutzen Sie entgeltlich?

(zB. Premium-Version mit monatlichem entgeltlichen Abonnement)

(Mehrfachnennung möglich)

☐	Serien und Film
☐	Musik
☐	Sport
☐	Hörbücher
☐	Podcasts
☐	Keine
☐	Andere

6. Denken Sie an eine typische 7-Tage Woche bei Ihnen.

An wie vielen der 7 Tage nutzen Sie Online-Streamingdienste?



☐ 0	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 6	☐ 7
-------------------------------	-------------------------------	-------------------------------	-------------------------------	-------------------------------	-------------------------------	-------------------------------	-------------------------------

7. Denken Sie an eine typische 7-Tage Woche bei Ihnen.

An wie vielen der 7 Tage nutzen Sie Online-Streamingdienste exzessiv?

(exzessiv = mehrere Stunden am Stück ohne Pause)



☐ 0	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 6	☐ 7
-------------------------------	-------------------------------	-------------------------------	-------------------------------	-------------------------------	-------------------------------	-------------------------------	-------------------------------

8. Denken Sie an eine typische 7-Tage Woche bei Ihnen.

An wie vielen der 7 Tage nutzen Sie Online-Streamingdienste für Serien und Filme?



☐ 0	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 6	☐ 7
-------------------------------	-------------------------------	-------------------------------	-------------------------------	-------------------------------	-------------------------------	-------------------------------	-------------------------------

9. Denken Sie an eine typische 7-Tage Woche bei Ihnen.

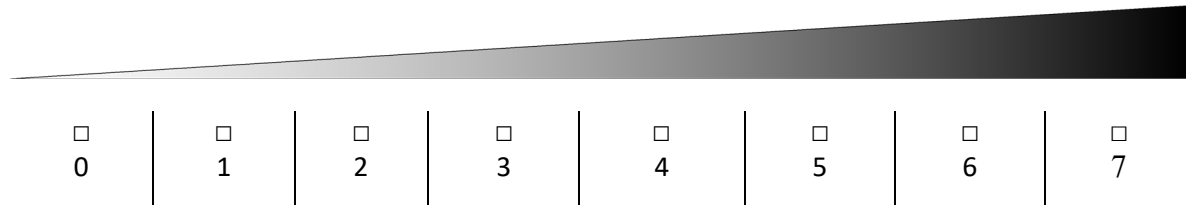
An wie vielen der 7 Tage nutzen Sie Online-Streamingdienste für Musik?



☐ 0	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 6	☐ 7
-------------------------------	-------------------------------	-------------------------------	-------------------------------	-------------------------------	-------------------------------	-------------------------------	-------------------------------

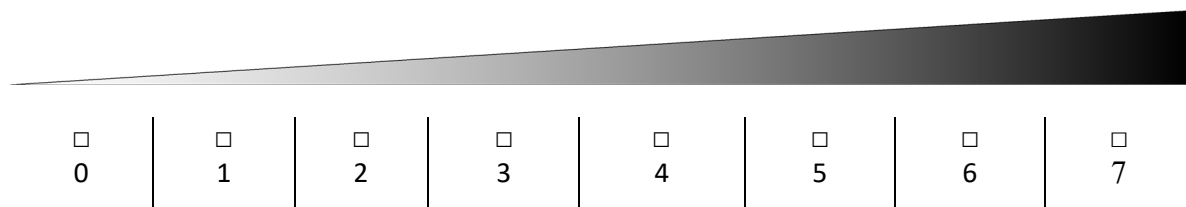
10. Denken Sie an eine typische 7-Tage Woche bei Ihnen.

An wie vielen der 7 Tage nutzen Sie Online-Streamingdienste für Sportsendungen und -übertragungen?



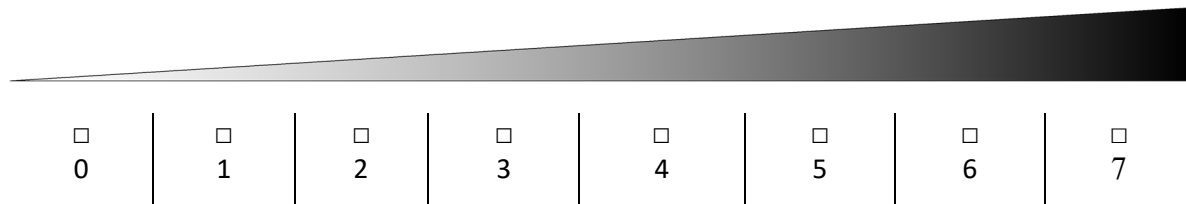
11. Denken Sie an eine typische 7-Tage Woche bei Ihnen.

An wie vielen der 7 Tage nutzen Sie Online-Streamingdienste für Hörbücher?



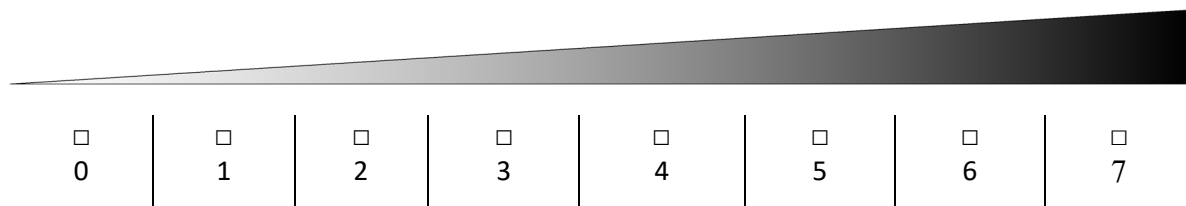
12. Denken Sie an eine typische 7-Tage Woche bei Ihnen.

An wie vielen der 7 Tage nutzen Sie Online-Streamingdienste für Podcasts?



13. Denken Sie an eine typische 7-Tage Woche bei Ihnen.

An wie vielen der 7 Tage denken Sie, alleine, für sich selbst, außerhalb der tatsächlichen Nutzung über die Inhalte von Online-Streamingdiensten nach?



14. Denken Sie an eine typische 7-Tage Woche bei Ihnen.

An wie vielen der 7 Tage unterhalten Sie sich mit Freunden und Bekannten über Inhalte, die Sie auf Online-Streamingdiensten konsumiert haben?



☐ 0	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 6	☐ 7
-------------------------------	-------------------------------	-------------------------------	-------------------------------	-------------------------------	-------------------------------	-------------------------------	-------------------------------

15. Aus welchen Gründen nutzen Sie Online-Streamingdienste?

(Mehrfachnennung möglich)

☐	Ablenkung
☐	Berieselung – eher nebenher
☐	Unterhaltung
☐	Um im Gespräch mit anderen informiert zu sein
☐	Entspannung
☐	Langeweile
☐	Interesse für die Thematik
☐	Andere

Seite 3

16. Welche Serien- und Film-Streamingdienste nutzen Sie?

(entgeltlich und unentgeltlich)

(Mehrfachnennung möglich)

☐	Netflix
☐	Amazon Prime
☐	Disney+
☐	Joyn (Maxdome)
☐	Sky
☐	TV Now

☐	Youtube Premium
☐	Keine
☐	Andere

17. Welche Serien- und Film-Streamingdienste nutzen Sie entgeltlich?

(zB. Premium-Version mit monatlichem entgeltlichen Abonnement)

(Mehrfachnennung möglich)

☐	Netflix
☐	Amazon Prime
☐	Disney+
☐	Joyn (Maxdome)
☐	Sky
☐	TV Now
☐	Youtube Premium
☐	Keine
☐	Andere

18. Wie häufig nutzen Sie Serien- und Film-Streamingdienste?

☐	Nie
☐	Alle paar Monate
☐	Ca. 1 Mal im Monat
☐	Ca. alle 2 Wochen
☐	Ca. 1 Mal pro Woche
☐	Mehrmals pro Woche
☐	(Fast) Jeden Tag

19. Wie oft binge-watchen Sie Serien oder Filme?

(Erklärung: Binge-Watching = viele Folgen einer Serie am Stück anschauen ohne Pause; exzessiver Serienkonsum)

☐	Nie
--------------------------	-----

☐	Alle paar Monate
☐	Ca. 1 Mal im Monat
☐	Ca. alle 2 Wochen
☐	Ca. 1 Mal pro Woche
☐	Mehrmals pro Woche
☐	(Fast) Jeden Tag

20. Wie viele Stunden in der Woche konsumieren Sie Inhalte von Film- und Serien-Streamingdiensten?

☐	Weniger als 2 Stunden
☐	2 bis 5 Stunden
☐	5 bis 8 Stunden
☐	8 bis 11 Stunden
☐	11 bis 14 Stunden
☐	Mehr als 14 Stunden

21. Wie lange nutzen Sie Serien- und Film-Streamingdienste pro Sitzung ungefähr?

☐	Unter 2 Stunden
☐	2 bis 4 Stunden
☐	4 bis 5 Stunden
☐	Mehr als 5 Stunden

22. Wie viel Ihres Serien- und Film-Konsums findet auf Online-Streamingdiensten statt?

☐	Weniger als 25%
☐	25% bis 50%
☐	50% bis 75%
☐	75% bis 90%
☐	90% bis 100%

23. Denken Sie an eine typische 7-Tage Woche bei Ihnen.

An wie vielen der 7 Tage nutzen Sie Film- und Serien-Streamingdienste?

☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
0	1	2	3	4	5	6	7

24. Denken Sie an eine typische 7-Tage Woche bei Ihnen.

An wie vielen der 7 Tage nutzen Sie Film- und Serien-Streamingdienste exzessiv?

(exzessiv = mehrere Stunden am Stück ohne Pause)



☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
0	1	2	3	4	5	6	7

25. Denken Sie an eine typische 7-Tage Woche bei Ihnen.

An wie vielen der 7 Tage nutzen Sie Netflix?



☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
0	1	2	3	4	5	6	7

26. Denken Sie an eine typische 7-Tage Woche bei Ihnen.

An wie vielen der 7 Tage nutzen Sie Amazon Prime?



☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
0	1	2	3	4	5	6	7

27. Denken Sie an eine typische 7-Tage Woche bei Ihnen.

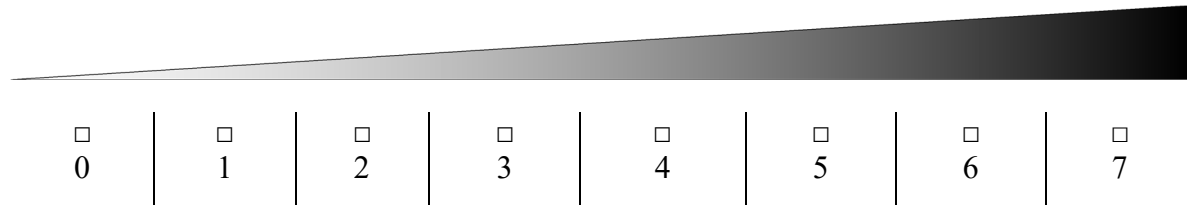
An wie vielen der 7 Tage nutzen Sie Disney+?



☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
0	1	2	3	4	5	6	7

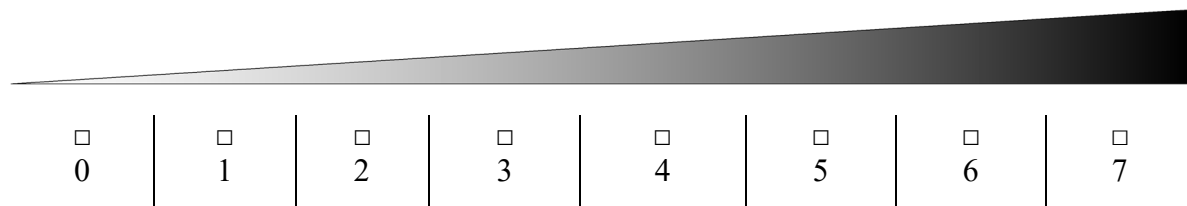
28. Denken Sie an eine typische 7-Tage Woche bei Ihnen.

An wie vielen der 7 Tage nutzen Sie Sky?



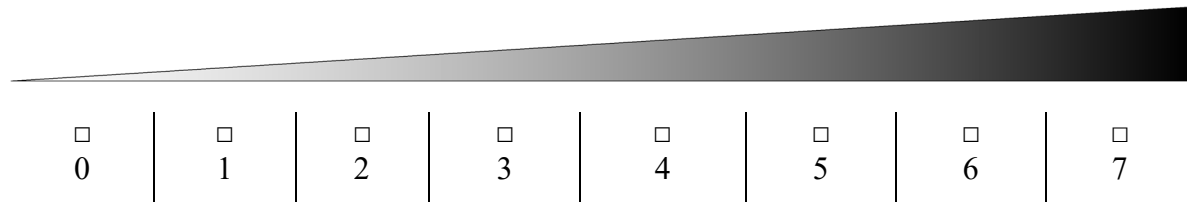
29. Denken Sie an eine typische 7-Tage Woche bei Ihnen.

An wie vielen der 7 Tage nutzen Sie Joyn?



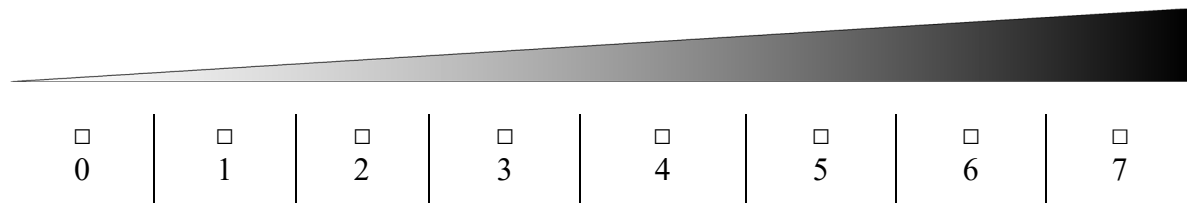
30. Denken Sie an eine typische 7-Tage Woche bei Ihnen.

An wie vielen der 7 Tage nutzen Sie TV Now?



31. Denken Sie an eine typische 7-Tage Woche bei Ihnen.

An wie vielen der 7 Tage nutzen Sie Apple TV+?



32. Denken Sie an eine typische 7-Tage Woche bei Ihnen.

An wie vielen der 7 Tage nutzen Sie Youtube Premium?



☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
0	1	2	3	4	5	6	7

33. Denken Sie an eine typische 7-Tage Woche bei Ihnen.

An wie vielen der 7 Tage denken Sie, alleine, für sich selbst, außerhalb der tatsächlichen Nutzung über die Inhalte von Film- und Serien-Streamingdiensten nach?



☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
0	1	2	3	4	5	6	7

34. Denken Sie an eine typische 7-Tage Woche bei Ihnen.

An wie vielen der 7 Tage unterhalten Sie sich mit Freunden und Bekannten über Inhalte, die Sie auf Film- und Serien-Streamingdiensten konsumiert haben?



☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
0	1	2	3	4	5	6	7

35. Aus welchen Gründen nutzen Sie Film- und Serien-Streamingdienste?

(Mehrfachnennung möglich)

☐	Ablenkung
☐	Berieselung – eher nebenher
☐	Unterhaltung
☐	Um im Gespräch mit anderen informiert zu sein
☐	Entspannung
☐	Langeweile
☐	Interesse für die Thematik
☐	Andere

36. In welchem Umfeld nutzen Sie Serien- und Film-Streamingdienste am häufigsten?

☐	Zuhause
☐	Unterwegs
☐	Ich nutze Film- und Serien-Streamingdienste zu Hause und unterwegs ca. gleich häufig

37. Nutzen Sie Serien- und Film-Streamingdienste eher alleine, mit Partner*in oder in einer Gruppe?

☐	Alleine
☐	Mit Partner*in
☐	In der Gruppe
☐	Ich nutze Film- und Serien-Streamingdienste in all diesen gesellschaftlichen Situationen ca. gleich häufig

38. Wie häufig kommt es vor, dass Sie reale Verabredungen absagen, um Film- und Serien-Streamingdienste zu konsumieren?

☐	Nie
☐	Sehr selten/ ist eher die Ausnahme
☐	Selten
☐	Manchmal
☐	Häufig
☐	Sehr häufig

Seite 4

39. Welche Musik-Streamingdienste nutzen Sie?

(entgeltlich und unentgeltlich; Mehrfachnennung möglich)

☐	Spotify
☐	Google Play Music
☐	Amazon Music Unlimited
☐	Youtube-Music
☐	Apple Music
☐	Soundcloud

☐	Keine
☐	Andere

40. Welche Musik-Streamingdienste nutzen Sie entgeltlich?

(zB. Premium-Version mit monatlichem entgeltlichen Abonnement)

(Mehrfachnennung möglich)

☐	Spotify
☐	Google Play Music
☐	Amazon Music Unlimited
☐	Youtube-Music
☐	Apple Music
☐	Soundcloud
☐	Keine
☐	Andere

41. Wie häufig nutzen Sie Musik-Streamingdienste?

☐	Nie
☐	Alle paar Monate
☐	Ca. 1 Mal im Monat
☐	Ca. alle 2 Wochen
☐	Ca. 1 Mal pro Woche
☐	Mehrmals pro Woche
☐	(Fast) Jeden Tag

42. Wie oft binge-hearen Sie Musik auf Musik-Streamingdiensten?

(Erklärung: exzessiver Musikkonsum; mehrere Stunden ohne Pause)

☐	Nie
☐	Alle paar Monate
☐	Ca. 1 Mal im Monat
☐	Ca. alle 2 Wochen

☐	Ca. 1 Mal pro Woche
☐	Mehrmals pro Woche
☐	(Fast) Jeden Tag

43. Wie viele Stunden in der Woche konsumieren Sie Inhalte von Musik-Streamingdiensten?

☐	Weniger als 2 Stunden
☐	2 bis 5 Stunden
☐	5 bis 8 Stunden
☐	8 bis 11 Stunden
☐	11 bis 14 Stunden
☐	Mehr als 14 Stunden

44. Wie lange nutzen Sie Musik-Streamingdienste pro Sitzung ungefähr?

☐	Unter 2 Stunden
☐	2 bis 4 Stunden
☐	4 bis 5 Stunden
☐	Mehr als 5 Stunden

45. Wie viel Ihres Musik-Konsums findet auf Online-Streamingdiensten statt?

☐	Weniger als 25%
☐	25% bis 50%
☐	50% bis 75%
☐	75% bis 90%
☐	90% bis 100%

46. Denken Sie an eine typische 7-Tage Woche bei Ihnen.

An wie vielen der 7 Tage nutzen Sie Musik-Streamingdienste?

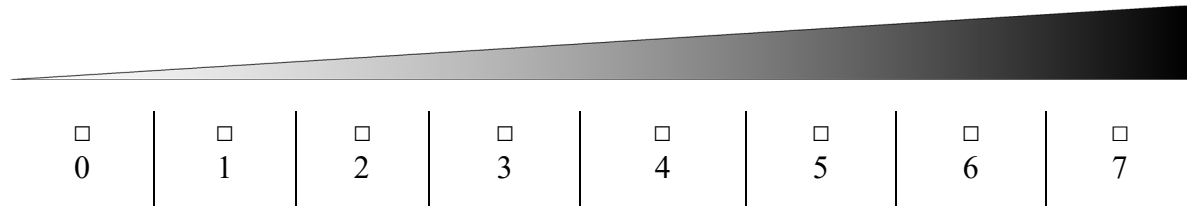


☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
0	1	2	3	4	5	6	7

47. Denken Sie an eine typische 7-Tage Woche bei Ihnen.

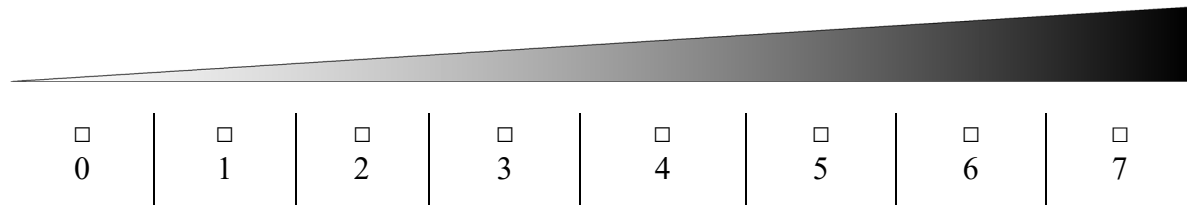
An wie vielen der 7 Tage nutzen Sie Musik-Streamingdienste exzessiv?

(exzessiv = mehrere Stunden am Stück ohne Pause)



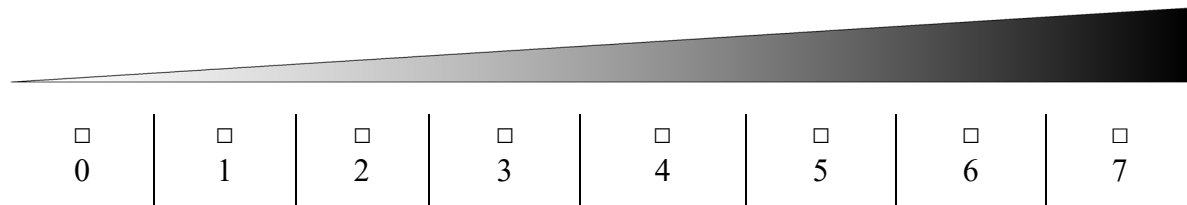
48. Denken Sie an eine typische 7-Tage Woche bei Ihnen.

An wie vielen der 7 Tage nutzen Sie Spotify?



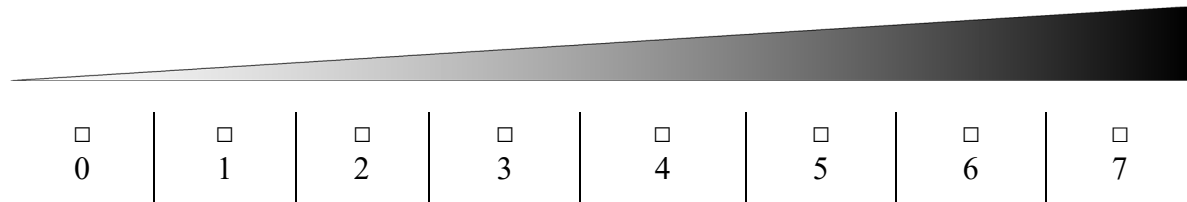
49. Denken Sie an eine typische 7-Tage Woche bei Ihnen.

An wie vielen der 7 Tage nutzen Sie Google Play Music?



50. Denken Sie an eine typische 7-Tage Woche bei Ihnen.

An wie vielen der 7 Tage nutzen Sie Amazon Music?



51. Denken Sie an eine typische 7-Tage Woche bei Ihnen.

An wie vielen der 7 Tage nutzen Sie Youtube Music?



☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
0	1	2	3	4	5	6	7

52. Denken Sie an eine typische 7-Tage Woche bei Ihnen.

An wie vielen der 7 Tage nutzen Sie Apple Music?



☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
0	1	2	3	4	5	6	7

53. Denken Sie an eine typische 7-Tage Woche bei Ihnen.

An wie vielen der 7 Tage nutzen Sie Soundcloud?



☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
0	1	2	3	4	5	6	7

54. Denken Sie an eine typische 7-Tage Woche bei Ihnen.

An wie vielen der 7 Tage denken Sie, alleine, für sich selbst, außerhalb der tatsächlichen Nutzung über die Inhalte von Musik-Streamingdiensten nach?



☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
0	1	2	3	4	5	6	7

55. Denken Sie an eine typische 7-Tage Woche bei Ihnen.

An wie vielen der 7 Tage unterhalten Sie sich mit Freunden und Bekannten über Inhalte, die Sie auf Musik-Streamingdiensten konsumiert haben?



☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
0	1	2	3	4	5	6	7

56. Aus welchen Gründen nutzen Sie Musik-Streamingdienste?

(Mehrfachnennung möglich)

☐	Ablenkung
☐	Berieselung – eher nebenher
☐	Unterhaltung
☐	Um im Gespräch mit anderen informiert zu sein
☐	Entspannung
☐	Langeweile
☐	Interesse für die Thematik
☐	Andere

57. In welchem Umfeld nutzen Sie Musik-Streamingdienste am häufigsten?

☐	Zuhause
☐	Unterwegs
☐	Ich nutze Film- und Serien-Streamingdienste zu Hause und unterwegs ca. gleich häufig

58. Nutzen Sie Musik-Streamingdienste eher alleine, mit Partner*in oder in einer Gruppe?

☐	Alleine
☐	Mit Partner*in
☐	In der Gruppe
☐	Ich nutze Film- und Serien-Streamingdienste in all diesen gesellschaftlichen Situationen ca. gleich häufig

59. Wie häufig kommt es vor, dass Sie reale Verabredungen absagen, um Musik-Streamingdienste zu konsumieren?

☐	Nie
☐	Sehr selten/ ist eher die Ausnahme

☐	Selten
☐	Manchmal
☐	Häufig
☐	Sehr häufig

Seite 5

60. Wie oft fühlten Sie sich im Verlauf der letzten 2 Wochen durch die folgenden Beschwerden beeinträchtigt?

	Überhaupt nicht	An einzelnen Tagen	An mehr als der Hälfte der Tage	Beinahe jeden Tag
1. Wenig Interesse oder Freude an Ihren Tätigkeiten	☐	☐	☐	☐
2. Niedergeschlagenheit, Schwermut oder Hoffnungslosigkeit	☐	☐	☐	☐
3. Schwierigkeiten, ein- oder durchzuschlafen oder vermehrter Schlaf	☐	☐	☐	☐
4. Müdigkeit oder Gefühl, keine Energie zu haben	☐	☐	☐	☐
5. Verminderter Appetit oder übermäßiges Bedürfnis zu essen	☐	☐	☐	☐
6. Schlechte Meinung von sich selbst; Gefühl, ein Versager zu sein oder die Familie enttäuscht zu haben	☐	☐	☐	☐

7. Schwierigkeiten, sich auf etwas zu konzentrieren, z.B. beim Zeitunglesen oder Fernsehen	☐	☐	☐	☐
8. Waren Ihre Bewegungen oder Ihre Sprache so verlangsamt, dass es auch anderen auffallen würde? Oder waren Sie im Gegenteil „zappelig“ oder ruhelos und hatten dadurch einen stärkeren Bewegungsdrang als sonst?	☐	☐	☐	☐
9. Gedanken, dass Sie lieber tot wären oder sich Leid zufügen möchten	☐	☐	☐	☐

Seite 6

61. Nach dem Konsum von Film- und Serien-Streamingdiensten fühle ich mich eher:

glücklich	☐	☐	☐	☐	unglücklich
hoffnungsvoll	☐	☐	☐	☐	verzweifelt
wach	☐	☐	☐	☐	müde
aktiv	☐	☐	☐	☐	niedergeschlagen
selbstbewusst	☐	☐	☐	☐	selbstzweifelnd
konzentriert	☐	☐	☐	☐	unkonzentriert
ausgeglichen	☐	☐	☐	☐	unausgeglichen

Seite 7

62. Nach dem Konsum von Musik-Streamingdiensten fühle ich mich eher:

glücklich	☐	☐	☐	☐	unglücklich
hoffnungsvoll	☐	☐	☐	☐	verzweifelt
wach	☐	☐	☐	☐	müde
aktiv	☐	☐	☐	☐	niedergeschlagen
selbstbewusst	☐	☐	☐	☐	selbstzweifelnd
konzentriert	☐	☐	☐	☐	unkonzentriert
ausgeglichen	☐	☐	☐	☐	unausgeglichen

Seite 8

63. Welche Genres konsumieren Sie auf Film- und Serien-Streamingdiensten?

(Mehrfachauswahl möglich)

☐	Action
☐	Anime
☐	Doku
☐	Drama
☐	Horror
☐	Komödie
☐	Mystery
☐	Reality
☐	Romantik
☐	Thriller
☐	Wissenschaft
☐	Sci-Fi
☐	Fantasy
☐	Musik und Musicals

☐	Andere

64. Welches würden Sie als ihr präferiertes Film- und Serien-Genre bezeichnen?

65. Welches Film- und Serien-Genre konsumieren Sie am häufigsten?

66. Nach dem Konsum welches Film- und Serien-Genres fühlen Sie sich am häufigsten glücklich?

☐	Action
☐	Anime
☐	Doku
☐	Drama
☐	Horror
☐	Komödie
☐	Mystery
☐	Reality
☐	Romantik
☐	Thriller
☐	Wissenschaft
☐	Sci-Fi
☐	Fantasy
☐	Musik und Musicals
☐	Andere

67. Nach dem Konsum welches Film- und Serien-Genres fühlen Sie sich am häufigsten unglücklich?

☐	Action
--------------------------	--------

☐	Anime
☐	Doku
☐	Drama
☐	Horror
☐	Komödie
☐	Mystery
☐	Reality
☐	Romantik
☐	Thriller
☐	Wissenschaft
☐	Sci-Fi
☐	Fantasy
☐	Musik und Musicals
☐	Andere

68. Nach dem Konsum welches Film- und Serien-Genres fühlen Sie sich am häufigsten hoffnungsvoll?

☐	Action
☐	Anime
☐	Doku
☐	Drama
☐	Horror
☐	Komödie
☐	Mystery
☐	Reality
☐	Romantik
☐	Thriller
☐	Wissenschaft
☐	Sci-Fi
☐	Fantasy
☐	Musik und Musicals
☐	Andere

69. Nach dem Konsum welches Film- und Serien-Genres fühlen Sie sich am häufigsten verzweifelt?

☐	Action
☐	Anime
☐	Doku
☐	Drama
☐	Horror
☐	Komödie
☐	Mystery
☐	Reality
☐	Romantik
☐	Thriller
☐	Wissenschaft
☐	Sci-Fi
☐	Fantasy
☐	Musik und Musicals
☐	Andere

70. Nach dem Konsum welches Film- und Serien-Genres fühlen Sie sich am häufigsten wach?

☐	Action
☐	Anime
☐	Doku
☐	Drama
☐	Horror
☐	Komödie
☐	Mystery
☐	Reality
☐	Romantik
☐	Thriller

☐	Wissenschaft
☐	Sci-Fi
☐	Fantasy
☐	Musik und Musicals
☐	Andere

71. Nach dem Konsum welches Film- und Serien-Genres fühlen Sie sich am häufigsten müde?

☐	Action
☐	Anime
☐	Doku
☐	Drama
☐	Horror
☐	Komödie
☐	Mystery
☐	Reality
☐	Romantik
☐	Thriller
☐	Wissenschaft
☐	Sci-Fi
☐	Fantasy
☐	Musik und Musicals
☐	Andere

72. Nach dem Konsum welches Film- und Serien-Genres fühlen Sie sich am häufigsten aktiv?

☐	Action
☐	Anime
☐	Doku
☐	Drama
☐	Horror

☐	Komödie
☐	Mystery
☐	Reality
☐	Romantik
☐	Thriller
☐	Wissenschaft
☐	Sci-Fi
☐	Fantasy
☐	Musik und Musicals
☐	Andere

73. Nach dem Konsum welches Film- und Serien-Genres fühlen Sie sich am häufigsten niedergeschlagen?

☐	Action
☐	Anime
☐	Doku
☐	Drama
☐	Horror
☐	Komödie
☐	Mystery
☐	Reality
☐	Romantik
☐	Thriller
☐	Wissenschaft
☐	Sci-Fi
☐	Fantasy
☐	Musik und Musicals
☐	Andere

74. Nach dem Konsum welches Film- und Serien-Genres fühlen Sie sich am häufigsten selbstbewusst?

☐	Action
☐	Anime
☐	Doku
☐	Drama
☐	Horror
☐	Komödie
☐	Mystery
☐	Reality
☐	Romantik
☐	Thriller
☐	Wissenschaft
☐	Sci-Fi
☐	Fantasy
☐	Musik und Musicals
☐	Andere

75. Nach dem Konsum welches Film- und Serien-Genres haben Sie am häufigsten Selbstzweifel?

☐	Action
☐	Anime
☐	Doku
☐	Drama
☐	Horror
☐	Komödie
☐	Mystery
☐	Reality
☐	Romantik
☐	Thriller
☐	Wissenschaft
☐	Sci-Fi
☐	Fantasy
☐	Musik und Musicals

☐	Andere

76. Nach dem Konsum welches Film- und Serien-Genres können Sie sich am besten konzentrieren?

☐	Action
☐	Anime
☐	Doku
☐	Drama
☐	Horror
☐	Komödie
☐	Mystery
☐	Reality
☐	Romantik
☐	Thriller
☐	Wissenschaft
☐	Sci-Fi
☐	Fantasy
☐	Musik und Musicals
☐	Andere

77. Nach dem Konsum welches Film- und Serien-Genres können Sie sich am schlechtesten konzentrieren?

☐	Action
☐	Anime
☐	Doku
☐	Drama
☐	Horror
☐	Komödie
☐	Mystery
☐	Reality
☐	Romantik

☐	Thriller
☐	Wissenschaft
☐	Sci-Fi
☐	Fantasy
☐	Musik und Musicals
☐	Andere

78. Nach dem Konsum welches Film- und Serien-Genres fühlen Sie sich am häufigsten ausgeglichen?

☐	Action
☐	Anime
☐	Doku
☐	Drama
☐	Horror
☐	Komödie
☐	Mystery
☐	Reality
☐	Romantik
☐	Thriller
☐	Wissenschaft
☐	Sci-Fi
☐	Fantasy
☐	Musik und Musicals
☐	Andere

79. Nach dem Konsum welches Film- und Serien-Genres fühlen Sie sich am häufigsten unausgeglichen?

☐	Action
☐	Anime
☐	Doku
☐	Drama

☐	Horror
☐	Komödie
☐	Mystery
☐	Reality
☐	Romantik
☐	Thriller
☐	Wissenschaft
☐	Sci-Fi
☐	Fantasy
☐	Musik und Musicals
☐	Andere

Seite 9

80. Welche Genres konsumieren Sie auf Musik-Streamingdiensten?

(Mehrfachauswahl möglich)

☐	Pop
☐	HipHop
☐	Dance/Electronic
☐	Alternative
☐	Rock
☐	Klassik
☐	Jazz
☐	RnB
☐	Country
☐	Folk
☐	Punk
☐	Metal
☐	K-Pop
☐	Instrumental
☐	Latin
☐	Blues

☐	Andere

81. Welches würden Sie als ihr präferiertes Musik-Genre bezeichnen?

82. Welches Musik-Genre konsumieren Sie am häufigsten?

83. Nach dem Konsum welches Musik-Genres fühlen Sie sich am häufigsten glücklich?

☐	Pop
☐	HipHop
☐	Dance/Electronic
☐	Alternative
☐	Rock
☐	Klassik
☐	Jazz
☐	RnB
☐	Country
☐	Folk
☐	Punk
☐	Metal
☐	K-Pop
☐	Instrumental
☐	Latin
☐	Blues
☐	Andere

84. Nach dem Konsum welches Musik-Genres fühlen Sie sich am häufigsten unglücklich?

☐	Pop
☐	HipHop
☐	Dance/Electronic
☐	Alternative
☐	Rock
☐	Klassik
☐	Jazz
☐	RnB
☐	Country
☐	Folk
☐	Punk
☐	Metal
☐	K-Pop
☐	Instrumental
☐	Latin
☐	Blues
☐	Andere

85. Nach dem Konsum welches Musik-Genres fühlen Sie sich am häufigsten hoffnungsvoll?

☐	Pop
☐	HipHop
☐	Dance/Electronic
☐	Alternative
☐	Rock
☐	Klassik
☐	Jazz
☐	RnB
☐	Country
☐	Folk
☐	Punk
☐	Metal

☐	K-Pop
☐	Instrumental
☐	Latin
☐	Blues
☐	Andere

86. Nach dem Konsum welches Musik-Genres fühlen Sie sich am häufigsten verzweifelt?

☐	Pop
☐	HipHop
☐	Dance/Electronic
☐	Alternative
☐	Rock
☐	Klassik
☐	Jazz
☐	RnB
☐	Country
☐	Folk
☐	Punk
☐	Metal
☐	K-Pop
☐	Instrumental
☐	Latin
☐	Blues
☐	Andere

87. Nach dem Konsum welches Musik-Genres fühlen Sie sich am häufigsten wach?

☐	Pop
☐	HipHop
☐	Dance/Electronic
☐	Alternative
☐	Rock

☐	Klassik
☐	Jazz
☐	RnB
☐	Country
☐	Folk
☐	Punk
☐	Metal
☐	K-Pop
☐	Instrumental
☐	Latin
☐	Blues
☐	Andere

88. Nach dem Konsum welches Musik-Genres fühlen Sie sich am häufigsten müde?

☐	Pop
☐	HipHop
☐	Dance/Electronic
☐	Alternative
☐	Rock
☐	Klassik
☐	Jazz
☐	RnB
☐	Country
☐	Folk
☐	Punk
☐	Metal
☐	K-Pop
☐	Instrumental
☐	Latin
☐	Blues
☐	Andere

89. Nach dem Konsum welches Musik-Genres fühlen Sie sich am häufigsten aktiv?

☐	Pop
☐	HipHop
☐	Dance/Electronic
☐	Alternative
☐	Rock
☐	Klassik
☐	Jazz
☐	RnB
☐	Country
☐	Folk
☐	Punk
☐	Metal
☐	K-Pop
☐	Instrumental
☐	Latin
☐	Blues
☐	Andere

90. Nach dem Konsum welches Musik-Genres fühlen Sie sich am häufigsten niedergeschlagen?

☐	Pop
☐	HipHop
☐	Dance/Electronic
☐	Alternative
☐	Rock
☐	Klassik
☐	Jazz
☐	RnB
☐	Country
☐	Folk

☐	Punk
☐	Metal
☐	K-Pop
☐	Instrumental
☐	Latin
☐	Blues
☐	Andere

91. Nach dem Konsum welches Musik-Genres fühlen Sie sich am häufigsten selbstbewusst?

☐	Pop
☐	HipHop
☐	Dance/Electronic
☐	Alternative
☐	Rock
☐	Klassik
☐	Jazz
☐	RnB
☐	Country
☐	Folk
☐	Punk
☐	Metal
☐	K-Pop
☐	Instrumental
☐	Latin
☐	Blues
☐	Andere

92. Nach dem Konsum welches Musik-Genres haben Sie am häufigsten Selbstzweifel?

☐	Pop
☐	HipHop

☐	Dance/Electronic
☐	Alternative
☐	Rock
☐	Klassik
☐	Jazz
☐	RnB
☐	Country
☐	Folk
☐	Punk
☐	Metal
☐	K-Pop
☐	Instrumental
☐	Latin
☐	Blues
☐	Andere

93. Nach dem Konsum welches Musik-Genres können Sie sich am besten konzentrieren?

☐	Pop
☐	HipHop
☐	Dance/Electronic
☐	Alternative
☐	Rock
☐	Klassik
☐	Jazz
☐	RnB
☐	Country
☐	Folk
☐	Punk
☐	Metal
☐	K-Pop
☐	Instrumental
☐	Latin

☐	Blues
☐	Andere

94. Nach dem Konsum welches Musik-Genres können Sie sich am schlechtesten konzentrieren?

☐	Pop
☐	HipHop
☐	Dance/Electronic
☐	Alternative
☐	Rock
☐	Klassik
☐	Jazz
☐	RnB
☐	Country
☐	Folk
☐	Punk
☐	Metal
☐	K-Pop
☐	Instrumental
☐	Latin
☐	Blues
☐	Andere

95. Nach dem Konsum welches Musik-Genres fühlen Sie sich am häufigsten ausgeglichen?

☐	Pop
☐	HipHop
☐	Dance/Electronic
☐	Alternative
☐	Rock
☐	Klassik

☐	Jazz
☐	RnB
☐	Country
☐	Folk
☐	Punk
☐	Metal
☐	K-Pop
☐	Instrumental
☐	Latin
☐	Blues
☐	Andere

96. Nach dem Konsum welches Musik-Genres fühlen Sie sich am häufigsten unausgeglichen?

☐	Pop
☐	HipHop
☐	Dance/Electronic
☐	Alternative
☐	Rock
☐	Klassik
☐	Jazz
☐	RnB
☐	Country
☐	Folk
☐	Punk
☐	Metal
☐	K-Pop
☐	Instrumental
☐	Latin
☐	Blues
☐	Andere

Seite 10

97. Welchem Geschlecht ordnen Sie sich zu?

☐	männlich
☐	weiblich
☐	Andere

98. Wie alt sind Sie?

99. Welchem Job gehen Sie momentan nach?

☐	Vollzeitjob
☐	Teilzeitjob
☐	Geringfügiger Job
☐	Schüler*in
☐	Student*in
☐	Lehre
☐	Latin
☐	arbeitslos
☐	Andere

100. Was ist Ihr höchster abgeschlossener Bildungsgrad?

☐	Schule ohne Abschluss beendet
☐	Noch Schüler*in
☐	Pflichtschulabschluss
☐	Abgeschlossene Lehre ohne Matura
☐	Matura
☐	Fachhochschul-/ Hochschulabschluss
☐	Anderer Abschluss

Seite 11

101. Wenn Sie am Gewinnspiel um einen 25€ Netflix Gutschein teilnehmen wollen, tragen Sie bitte im folgenden Text-Feld Ihre E-Mail Adresse ein. Die Teilnahme ist freiwillig!

Wenn Sie nicht teilnehmen wollen, lassen Sie das Feld leer und klicken Sie auf weiter.

Seite 12

Herzlichen Dank für Ihre Mithilfe!

Die Studie im Rahmen meiner Masterarbeit soll feststellen, ob es einen Zusammenhang zwischen der exzessiven Nutzung von Online-Streamingdiensten und den Symptomen einer Depression gibt. Es soll hiermit herausgefunden werden, ob es dabei Unterschiede zwischen Musik-Streamingdiensten und Film- und Serien-Streamingdiensten gibt. Außerdem sollen die Ergebnisse zeigen, ob die soziale Situation, in der der Konsum der Streamingdienste stattfindet, eine Rolle dabei spielt und welche Auswirkungen die konsumierten Genres auf den Zusammenhang haben.

Sollten Sie unter Depressionen leiden ist es sehr wichtig sich Hilfe zu suchen. Mehrere Möglichkeiten wie Sie dies tun können finden sie unter <https://www.gesundheit.gv.at/service/beratungsstellen/psychische-krankheiten>.

Falls Sie über Survey Circle auf diesen Fragebogen gestoßen sind, finden Sie hier der Survey-Circle-Code: 3NCK-1Q4N-J54J-NJBJ

Vielen Dank für Ihre Mithilfe!

B. Abstract (deutsch)

In der heutigen Zeit rücken das Kino, das Fernsehen und das Radio als Quellen für Filme, Serien und Musik immer weiter in den Hintergrund. Durch die Digitalisierung und die Globalisierung sind seit einigen Jahren Online-Streamingdienste der Weg, den viele Personen nutzen, um Filme, Serien und Musik zu konsumieren. Einmal abonniert kann man auf Knopfdruck die neuesten Filme und Serien und die neusten Alben und Tracks sofort auf seinem Laptop, Tablet oder auch am Smartphone abspielen. Dabei ist es nicht einmal mehr notwendig, die Dateien herunterzuladen. Online-Streamingdienste wie beispielsweise Netflix, Amazon Prime, Disney+ oder auch Spotify und Youtube sind so erfolgreich und verbreitet wie nie zuvor. Für die Rezipient*innen ist es möglich, diese Inhalte zu jedem Zeitpunkt und an jedem Ort anzusehen. Durch diese Allgegenwärtigkeit haben die Menschen auch die Möglichkeit diese Medien mehr zu konsumieren als zuvor. Auch Phänomene wie zum Beispiel das Binge-Watching bilden sich durch diesen neuen Unterhaltungszweig. Hierbei stellt sich die Frage, inwiefern sich das auf die Psyche der Konsument*innen auswirkt. Kann dies sogar zu Symptomen von psychischen Erkrankungen führen?

Die vorliegende Masterarbeit und die Untersuchung, welche in deren Rahmen durchgeführt wurde, liefert neue Erkenntnisse darüber, inwiefern sich der exzessive Konsum von Online-Streamingdiensten auf die mentale Gesundheit der Rezipient*innen auswirkt. Es wurden 307 Personen im Februar 2021 zu ihren Konsumgewohnheiten, bezüglich Streamingdiensten und ihrer mentalen Gesundheit befragt. Es wurde untersucht, ob die Rezipient*innen bei exzessiverem Konsum auch häufiger Symptome von Depressionen aufweisen. Es konnte im Rahmen der Masterarbeit ermittelt werden, dass sowohl zwischen der Exzessivität des Konsums von allgemeinen Online-Streamingdiensten und den Symptomen einer Depression als auch im Speziellen bei den Musik-Streamingdiensten und den Symptomen einer Depression, durchaus ein Zusammenhang vorhanden ist. Die äußeren Umstände wie die örtliche Konsumsituation und die soziale Konsumsituation spielten dabei keine Rolle. Außerdem wurde ermittelt, dass der Konsum des Film- und Serien-Genres Drama ebenfalls einen Einfluss auf die Symptome einer Depression hat.

Schlüsselwörter: exzessiver Konsum von Online-Streamingdiensten – Depression – Film- und Serien-Streamingdienste – Musik-Streamingdienste – mentale Gesundheit

C. Abstract (englisch)

Nowadays movie theatres, television and radio, do not have as much of an impact on entertainment as they did a few years ago. Because of digitalisation and globalisation there are a lot of online-platforms where the people can watch or listen to whatever movie or music they want to. Once you've subscribed to those platforms you can consume the newest movies, series or music with just one click on your laptop, tablet or smartphone, wherever and whenever you like. You do not even have to download it. Those platforms, like Netflix, Amazon Prime, Disney+, Spotify or Youtube have a lot of recipients nowadays. Because of this omnipresence of entertainment, it is possible that there is an impact on the mental health of the people consuming it. There are even phenomena, like the term binge-watching, that describe an unhealthy and excessive consumption of those platforms.

This master thesis provides new findings about the impact of excessive consumption of streaming-platforms on the mental health of the consumers, regarding symptoms of depression. There were 307 people questioned in february 2021, about how excessive they use those platforms and about the state of their mental health. The study shows that there is a link between consuming those streaming- platforms excessive and showing symptoms of depression. This is valid for online-streaming-platforms in general, as well as music-platforms in specific. The study also found out that there is no effect on the link between excessive consuming and the symptoms of depression, if the people consume it more at home or more outdoors. In addition to the main effects, the study also found that there is a link between consuming the movie- and tv-genre drama and the symptoms of depression.

Keywords: excessive consumption of online streaming platforms – depression – movies and tv-series platforms – music platforms – mental health