



universität
wien

MAGISTERARBEIT

Titel der Magisterarbeit

**„Chancen und Risiken des ständigen mobilen
Begleiters, dem Smartphone“**

**Der Einfluss der Nutzungsmotive und Verhaltensweisen
auf die exzessive Smartphone-Nutzung von Jugendlichen**

verfasst von

Saskia Maria Bernadette Kiel

angestrebter akademischer Grad

Magistra der Philosophie (Mag. phil.)

Wien, 2015

Studienkennzahl lt. Studienblatt: A 066 841

Studienrichtung lt. Studienblatt: Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Betreuer: Univ.-Prof. Dr. Jörg Matthes

Eidesstattliche Erklärung

Ich erkläre hiermit an Eides statt, dass ich die vorliegende Erklärung selbstständig und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Hilfsmittel angefertigt habe. Die aus fremden Quellen direkt oder indirekt übernommenen Gedanken sind als solche kenntlich gemacht.

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

Wien, am 17.04.2015

Danksagung

An erster Stelle möchte ich mich bei meinen Eltern und meinem Bruder für die bedingungslose Unterstützung und den liebevollen Rückhalt während meines Studiums und insbesondere bei dieser Abschlussarbeit bedanken.

Herzlich bedanken möchte ich mich auch bei den Direktoren der *Wigbertschule Hünfeld*, *Jahnschule Hünfeld*, *Konrad-Adenauer Schule Petersberg* und der *Gesamtschule Niederaula* für die Erlaubnis meiner Studie an ihren Schulen durchzuführen. Besonderer Dank gilt natürlich den Lehrern, welche die Schüler bei der Durchführung der Studie hilfreich unterstützt haben. Zudem danke ich auch den Schülern, die sich bereit erklärt haben, an meiner Studie teilzunehmen und es mir damit ermöglicht haben mein Forschungsvorhaben zu realisieren.

Besonderer Dank gilt auch Prof. Dr. Jörg Matthes für die Hilfestellungen während der Betreuung meiner Magisterarbeit.

Zur einfacheren Lesbarkeit bedient sich die vorliegende Arbeit männlicher Substantive. Dabei wird die weibliche Form der Begriffe jedoch selbstverständlich eingeschlossen. Wenn beispielsweise von „Nutzern“ die Rede ist, so sind stets gleichermaßen Nutzerinnen und Nutzer gemeint.

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	9
1.1. Zielsetzung der Arbeit	10
1.2. Aufbau der Arbeit	11
2. Jugendliche Mediennutzung	13
2.1. Online-Nutzungsgewohnheiten	13
2.2. Mobile Nutzungsmuster	14
2.2.1. WhatsApp	16
2.2.2. YouTube	18
2.2.3. YouNow	19
2.2.4. Facebook	19
2.3. Veränderte Kommunikationsrituale	20
2.4. Folgen der Online-Zeit	22
3. Exzessiver Medienkonsum Jugendlicher	24
3.1. Definition Verhaltensabhängigkeit	24
3.2. Anerkannte Klassifikationssysteme	25
3.3. Neue Ausprägungen der Verhaltensabhängigkeit	27
3.3.1. Exzessive Internet-Nutzung	27
3.3.2. Entwicklung eines einheitlichen Klassifikationssystems	30
3.3.3. Exzessive Smartphone-Nutzung	32
4. Motive der Smartphone-Nutzung	37
4.1. Uses and Gratification Ansatz nach Rosengren (1974)	37
4.2. Konzept des Eskapismus	40
4.3. Theorie des Mood Managements nach Zillmann (1988)	41
4.4. Nutzertypologien	43
5. Persönlichkeitsanalyse nach dem Fünf-Faktoren-Modell	46
5.1. Die Big Five	46
5.2. Historische Entwicklung	48
5.3. Ausgewählte Studien	49
6. Hypothesen	52
6.1. Einfluss von Geschlecht und Bildung	52
6.2. Motive der Nutzung	53
6.3. Einfluss der Persönlichkeitsmerkmale	55
6.4. Bildung von Nutzertypen	57
7. Methode	58
7.1. Online-Befragung	58
7.2. Fragebogenaufbau	59
7.3. Stichprobe und Rekrutierung	59
7.4. Operationalisierung und Messung der Konstrukte	61
7.4.1. Bedürfnisbezogene Prädiktorvariablen	61
7.4.2. Personenbezogene Prädiktorvariablen	65
7.4.3. Messung der abhängigen Variable	67
7.4.4. Untersuchungsrelevante Kovariaten	70
7.5. Auswertungsverfahren	70
8. Ergebnisse	72

8.1.	Allgemeine Nutzung.....	72
8.2.	Einfluss von Geschlecht und Bildung.....	72
8.3.	Motive der Nutzung.....	74
8.4.	Einfluss der Persönlichkeitsmerkmale.....	78
8.5.	Bildung von Nutzertypen.....	81
8.6.	Beschreibung der Cluster.....	82
9.	Qualitative Analyse.....	84
9.1.	Vernetztheit versus Einsamkeit.....	84
10.	Diskussion.....	86
10.1.	Limitationen.....	89
10.2.	Implikationen für zukünftige Forschung.....	90
10.3.	Praktische Implikationen.....	91
11.	Literaturverzeichnis.....	94
12.	Anhang.....	102
12.1.	Fragebogen.....	102
12.2.	Abstract.....	115
12.3.	Lebenslauf.....	117

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1.	Darstellung der Online-Suchtformen.....	29
Tabelle 2.	Darstellung der Big Five nach McCrae & John.....	47
Tabelle 3.	Kreuztabelle: Einfluss der Geschlechts auf die Nutzungshäufigkeit.....	73
Tabelle 4:	Kreuztabelle:Einfluss der Bildung auf die Nutzungshäufigkeit.....	73
Tabelle 5.	Regressionsanalytische Vorhersage des Auftretens der Abhängigkeitssymptome anhand der Motive nach Smock et al. 2011.....	76
Tabelle 6.	Regressionsanalytische Vorhersage des Auftretens möglicher Abhängigkeitssymptome anhand der Motive nach Bian & Leung 2014.....	78
Tabelle 7.	Regressionsanalytische Vorhersage des Auftretens möglicher Abhängigkeitssymptome anhand der Big Five.....	80
Tabelle 8.	Mittelwertvergleich der Clustervariable und den Big Five.....	82

1. Einleitung

Digitale Medien durchdringen den Alltag heute aufwachsender Jugendlicher. Aufgrund des technologischen Wandels, welcher sich mehr und mehr zu einer digitalen sowie medialen Revolution entwickelt hat, entstehen sowohl für das Individuum selbst, als auch die Gesellschaft fundamentale Veränderungen. Die Folgen dieser Digitalisierung sind unendliche Möglichkeitsräume insbesondere für moderne Jugendkulturen. Wissenschaftler sprechen in diesem Zusammenhang von einer „mediatisierten Jugend“, die einem ständigen sozialen Wandel unterliegt (Hugger, 2014, S. 13). Sei es das passive Rezipieren der Massenmedien, die interpersonale Kommunikation mit dem Smartphone oder die Durchdringung der interaktiven Kommunikation zu Unterhaltungszecken. In der Welt des Web 2.0's werden technische Gegenstände zu täglichen Begleitern und Wunderwerken der Technik mit unersetzbarem Wert für den Besitzer. Dabei entwickeln schon Heranwachsende im jüngsten Alter einen Sinn dafür, dass diese kleinen technischen Wunder einen unweigerlichen Nutzen besitzen. Mit Leichtigkeit adaptieren Jugendliche diese modernen Nutzungsmuster und werden aufgrund der überall lauernden Präsenz digitaler Medien zu Multi-Taskern. Dabei gilt insbesondere das Smartphone als ein sehr persönlicher Besitzgegenstand und ständiger mobiler Beschützer, welcher die alltäglichen Gewohnheiten des Nutzers überwacht. Gleichwohl wird der virtuelle Raum zu einem Ort, an dem sich Nutzer frei von Reglementierungen entfalten können. Die Nutzung des Smartphones weist auf bisher nicht ausgesprochene Wünsche und Sehnsüchte hin. Einzig der mobile Begleiter kennt die Geheimnisse seines Besitzers und liefert in nahezu jeder Lebenslage bereitwillig nützliche Informationen. Die individuellen Bedürfnisse, Präferenzen und Interessen charakterisieren überdies den Nutzer und weisen auf eine individuelle Persönlichkeitsstruktur hin. Insbesondere bei Jugendlichen kann sich diese starke Nutzungstendenz in ein problematisches Nutzungsverhalten verwandeln. Aus diesem Grund ist es nicht verwunderlich, dass immer wieder auf die Risiken des Mediennutzungsverhaltens hingewiesen wird. Vor diesem Hintergrund widmet sich die vorliegende Arbeit der exzessiven Verwendung des Smartphones. Dabei soll insbesondere der Einfluss der Bedürfnisse zur Nutzung des Smartphones, sowie die damit in Verbindung stehenden Persönlichkeitsmerkmale der Jugendlichen im Hinblick auf ein exzessives Medienhandeln untersucht werden.

Dabei gilt die Smartphone- als auch die Internet-Abhängigkeit als eine Ausprägung der stoffungebundenen Abhängigkeitsformen. Diese weisen zwar ähnliche Symptome wie substanzgebundene Suchtformen auf, allerdings besteht die Schwierigkeit in der

Diagnostik. Bisherige Forschungsergebnisse weisen darauf hin, dass insbesondere Persönlichkeitseigenschaften in Bezug auf die Ausprägung einer möglichen Verhaltensabhängigkeit eine Rolle spielen. Dabei macht der wissenschaftliche Literaturüberblick darauf aufmerksam, dass vor allem im europäischen Raum bisher kaum empirische Erkenntnisse über die Möglichkeit einer Smartphone-Abhängigkeit existieren. Aufgrund dessen soll die vorliegende Arbeit dazu beitragen dieses Phänomen zu untersuchen und damit die Relevanz dieser aktuellen Thematik aufgreifen.

1.2. Zielsetzung der Arbeit

Die veränderten Formen des kommunikativen Handelns werden von Jugendlichen mit Leichtigkeit adaptiert. Die sogenannten „Digital Natives“ wachsen in einer mediatisierten Welt auf und stellen aufgrund der Selbstverständlichkeit im Umgang mit Medien ihr Handeln nicht infrage. Damit entstehen neue Umgangsformen, die nicht nur Chancen, sondern gleichwohl auch Risiken beinhalten können. Dabei steigt nicht nur die Online-Nutzungszeit bei Jugendlichen kontinuierlich an, sondern ebenso der Besitz mobiler Endgeräte. Nach dem Forschungsverbund Südwest besitzen 88 Prozent der 12- bis 19-Jährigen in Deutschland lebenden Jugendlichen ein Smartphone (vgl. mpfs, 2014, S. 7). Infolge der ubiquitären Verfügbarkeit entwickeln Jugendliche eigene Nutzungsmuster, die auf unterschiedlichen Motiven beruhen. Damit entzieht sich dieses Medium autoritärer Kontrolle von außen, so dass die Heranwachsenden in ihrer Nutzung selbstbestimmt handeln können. Basierend auf diesen Annahmen wird in der vorliegenden Arbeit untersucht, inwiefern sich bei jugendlichen Nutzern aufgrund ihrer subjektiven Medienwahrnehmung ein exzessives Smartphone-Nutzungsverhalten feststellen lässt. Anhand bereits auftretender Abhängigkeitssymptome soll demnach untersucht werden, ob sich bei Heranwachsenden ein erhöhtes Suchtpotential entwickelt hat. Dazu wird nicht nur die Nutzungshäufigkeit des Smartphones betrachtet, sondern gleichwohl die Nutzungsmotive sowie die Persönlichkeitseigenschaften der Heranwachsenden. Das primäre Ziel dieser Arbeit stellt die Kategorisierung der Nutzer in homogene Gruppen dar, welche Aufschluss über die jeweiligen Nutzungsgewohnheiten sowie das Suchtpotential geben sollen. Da der bisherige Stand der Forschung vor allem im europäischen Raum und in Bezug auf das eigene Forschungsvorhaben noch viel unbekanntes Wissen enthält, ist es die Absicht der vorliegenden Arbeit neue Erkenntnisse in diesem Bereich zu erbringen und somit einen Teil zur Forschung beizutragen beziehungsweise Teile der vorhandenen Forschungslücken zu schließen.

1.3. Aufbau der Arbeit

Der theoretische Teil der vorliegenden Arbeit beinhaltet eine kommunikationswissenschaftliche Einordnung der Thematik und soll zentrale Fragestellungen und Begriffe erläutern. Zunächst wird die Beschreibung der Online-Aktivitäten einen Einblick in das Nutzungsverhalten der Jugendlichen bieten. Nachdem auf mögliche Risiken der Online-Nutzung hingewiesen wurde, wird im folgenden Kapitel die Bedeutung der stoffungebundenen Abhängigkeitsformen erklärt. Dabei soll insbesondere auf die exzessive Internet- sowie Smartphone-Nutzung eingegangen werden. Die theoretischen Befunde werden dabei durch forschungsrelevante Studien untermauert. Es ist anzumerken, dass die Studienergebnisse zur exzessiven Smartphone-Nutzung sich bisher ausschließlich auf den asiatischen Raum beziehen. Im vierten Kapitel sollen schließlich die Nutzungsmotive, welche die Jugendlichen bei der Verwendung des Smartphones befriedigen, aufgeschlüsselt werden. Dazu wird der Uses-and-Gratifications Ansatz sowie die Theorie des Mood Managements vorgestellt. Es soll dabei versucht werden mögliche wiederkehrende Nutzungsmuster in Bezug auf die digitalen Medien zu identifizieren, die sogleich auf die Smartphone-Nutzung übertragen werden können. Weiterhin werden im fünften Kapitel Persönlichkeitsmerkmale anhand des Fünf-Faktoren-Modells erläutert. Diese sollen damit eine Korrelation zu den verwendeten Motiven bei der Nutzung des Smartphones herstellen. Im darauffolgenden Kapitel werden die aus der Theorie abgeleiteten Hypothesen behandelt. Es folgt die Beschreibung der Methode, des Forschungsdesigns und der verwendeten Konstrukte. Im achten Kapitel werden die Ergebnisse der statistischen Auswertung anhand der zuvor beschriebenen Hypothesen präsentiert. Im neunten Kapitel wird eine qualitative Analyse anhand der offenen Fragen vorgenommen. Anschließend werden im zehnten Kapitel diese Ergebnisse diskutiert und auf mögliche methodische Verbesserungen hingewiesen. Die Arbeit wird mit einem Ausblick abgeschlossen, welcher mögliche Erkenntnisse und theoretische Schlussfolgerungen für zukünftige Forschung einbeziehen wird.

2. Jugendliche Mediennutzung

Das Mediennutzungsverhalten junger Menschen ist seit einigen Jahrzehnten ein permanentes Thema der Medienwirkungsforschung. Zahlreiche Studien zeigen, wie Heranwachsende mit Medien umgehen und diese in ihren Alltag integrieren. Das Aufkommen digitaler Medien beinhaltet einen Wandel dieser Nutzungsgewohnheiten. Insbesondere die gesteigerte Nutzung mobiler Endgeräte und der damit einhergehende erweiterte Internetkonsum machen die zunehmende gesellschaftliche Relevanz dieser Thematik deutlich. Im folgenden Kapitel soll ein Überblick der theoretischen Ansätze sowie der aktuellen Forschungsliteratur Aufschluss über die zu dieser Thematik relevanten Grundsätze geben.

2.1. Online-Nutzungsgewohnheiten Jugendlicher

Das Online-Nutzungsverhalten Heranwachsender findet im öffentlichen Diskurs mehr und mehr Beachtung. Jährlich werden eine Vielzahl von nationalen und international vergleichenden Studien zum Medienhandeln von Kindern und Jugendlichen veröffentlicht. Fast jedes europäische Land erhebt repräsentative Daten, um insbesondere die jugendlichen Verhaltensmuster in Bezug auf die Nutzung digitaler Medien zu untersuchen. Um die daraus resultierenden gesellschaftlichen Veränderungen verstehen zu können, müssen die Befunde analysiert und interpretiert werden. Dabei sollen vor allem Risiken und Unklarheiten in Bezug auf die steigende Nutzungszeit der Jugendlichen aufgeschlüsselt werden. In Deutschland übernimmt diese Forschung der medienpädagogische Forschungsverbund Südwest, der jährlich die Studie „Jugend, Information, (Multi-) Media“ (JIM) durchführt. Die aktuell publizierte JIM-Studie aus dem Jahr 2014 verdeutlichte die starke Verbreitung medialer Geräte in deutschen Haushalten. Dabei lässt sich bisher allerdings trotz der Annäherung vieler Funktionen keine Rückläufigkeit einzelner Geräte festzustellen. Es zeigte sich demnach auch in den Haushalten ein enormes Medienrepertoire. Gleichwohl verfügten 92 Prozent der Jugendlichen über einen individuellen Internetzugang, was eine nahezu autarke Mediennutzung einschließt (vgl. mpfs, 2014, S. 7). Dem Heranwachsenden wird infolge dessen ein verantwortungsvoller Umgang mit dem Internet nach eigenem Ermessen nahegelegt. Der tatsächliche Internetkonsum wird allerdings in den meisten Familien nicht überwacht, was eine deutliche Steigerung der Mediennutzungsdauer zur Folge hat.

An einem durchschnittlichen Wochentag sind Jugendliche nach eigener Einschätzung 192 Minuten online, das sind 13 Minuten mehr als im Vorjahr (S. 24).

Der medienpädagogische Forschungsverbund Südwest (2014) teilte die Online-Aktivitäten der jugendlichen Nutzer in vier Kategorien ein.

1. **Kommunikation** (Email, Chat, Nutzung von Online Communities)
 2. **Unterhaltung** (Dienste rund um Musik, Bilder oder Videos)
 3. **Information** (Recherchieren und Suche nach Infos im Internet)
 4. **Spiele** (sämtliche browser- oder clientbasierte Spielangebote, die man alleine oder gemeinsam mit anderen nutzen kann)
- (vgl. mpfs, 2014, S. 25)

Bei dieser Kategorisierung soll erwähnt werden, dass insbesondere die Nutzungsdauer im Unterhaltungsbereich in den letzten Jahren trotz der enormen Verbreitung des Internets relativ stabil geblieben ist (+ 7PP) (S. 25). Ebenso zählt die Kommunikation weiterhin zu den wichtigsten mobilen Anwendungen. Vor allem soziale Netzwerke sowie Instant-Messenger spielen dabei eine relevante Rolle. Bei Heranwachsenden geht es vor allem darum, „auf dem Laufenden zu bleiben“ und für Freunde und Familie zu jeder Tages- und Nachtzeit erreichbar zu sein (vgl. van Eimeren, 2014, S. 389). Die Informationssuche spielt bei der Altersgruppe der Jugendlichen eine weniger bedeutsame Rolle. Bei der Anwendung von Spielen sind es vor allem männliche Jugendliche, die stark auf Online-(Rollen-)Spiele fixiert sind.

2.2. Mobile Nutzungsmuster

Insbesondere das Smartphone hat in den letzten Jahren durch die starke Verbreitung in den westlichen Gesellschaften sowie den vergünstigten Tarifen nahezu in jeder Bevölkerungsschicht Einzug gehalten. Die JIM-Studie bestätigt, dass 88 Prozent der befragten Jugendlichen im Alter von 12 bis 19 Jahren in Besitz eines eigenen Smartphones mit Touchscreen sowie einem Internetzugang sind. Dies bedeutet eine Steigerung von 12 Prozentpunkten (PP) im Vergleich zum Vorjahr (vgl. mpfs, 2014, S. 7). Das Smartphone ist demnach ein relevanter Faktor, der zum Anstieg der Online-Zeit wesentlich beiträgt. Für Jugendliche bietet das multifunktionale Gerät eine Vielzahl von Handlungsoptionen, um mit Gleichaltrigen in Kontakt zu treten, die Freizeit zu gestalten, Informationen zu beschaffen, Langeweile zu vertreiben und den neusten digitalen

Trends durch die Installation neuer Applikationen zu folgen. Nicht verwunderlich ist die Tatsache, dass das Smartphone bei der täglichen Nutzung als ständiger mobiler Begleiter an erster Stelle steht. 87 Prozent der befragten Jugendlichen, die an der JIM Studie (2014) teilnahmen, nutzten das Smartphone während ihrer Freizeit am liebsten (S. 11). Damit lässt sich eine extrem positive Einstellung gegenüber dem mobilen Endgerät verdeutlichen. Mit dem Aufkommen des Smartphones haben sich auch die Nutzungsgewohnheiten der Jugendlichen stark verändert. Galt das Mobiltelefon ursprünglich als reines Kommunikationsmedium, stehen die traditionellen Funktionen, wie das Telefonieren sowie das Schreiben von SMS eher im Hintergrund. Einen weit höheren Stellenwert nehmen die Nutzung von Musikdateien und die mobile Internetnutzung ein (S. 47). Weiterhin ist das Filmen sowie Versenden von Videos in der mobilen Nutzung sehr beliebt (+ 16PP). Außerdem punktet das Smartphone mittlerweile mit einer ähnlichen Bildqualität wie Digitalkameras und profitiert vor allem durch zahlreiche Applikationen, die dem Nutzer kreativen Freiraum bieten. Ebenso spielen das Surfen im Internet (+10PP), der Abruf von Servicemeldungen (+9PP), Musikhören und Handyspiele (jeweils +7PP) bei der Nutzung der mobilen Geräte eine ausschlaggebende Rolle (S. 47). Der enorme Anstieg der Verwendung dieser Funktionen zeigt im Vergleich zum Vorjahr, dass Jugendliche das Smartphone als eine Art Alltagsbegleiter wahrnehmen. Infolge dieser Vielseitigkeit schätzen die Smartphone-Besitzer insbesondere die Bewegungsfreiheit des mobilen Geräts. Dabei ist die Unterwegs-Nutzung in den letzten zwei Jahren enorm angestiegen und verdeutlicht, dass die Nutzer das Smartphone nicht nur in der eigenen Wohnung, sondern ebenso am Arbeitsplatz und in ihrer Freizeit intensiv nutzen (vgl. van Eimeren. 2013, S. 389).

Dank des kontinuierlichen Zugangs werden vorzugsweise Applikationen installiert, welche die Kommunikationswege und -formen im wesentlichen Sinne erweitern. Generell nehmen Instant-Messenger wie „WhatsApp“ und Soziale Netzwerke wie beispielsweise „facebook“ einen hohen Stellenwert in der Kommunikation der Jugendlichen ein. Laut dem Medienpädagogischen Forschungsverbund (2014) verbringt beinahe die Hälfte der 12- bis 19-Jährigen ihre Smartphone-Online-Nutzungszeit mit diesen neuen Kommunikationskanälen (vgl. mpfs, 2013, S. 53). Die leichte Bedienung sowie die Funktionsvielfalt verkürzen Kommunikationswege und werden so zu unersetzbaren Begleitern. Neben den Applikationen, die primär der Kommunikation dienen, werden die Videoplattform „YouTube“ sowie der Fotodienst „Instagram“ insbesondere bei Jugendlichen immer beliebter (vgl. mpfs, 2014, S. 36). Diese Anwendungen machen deutlich, dass die moderne Jugendkultur ein starkes Interesse

verfolgt, sich mithilfe von sozialen Plattformen zu präsentieren, sowie eigens produzierte Inhalte zu veröffentlichen. Die Trends der Jugendlichen nehmen neue Ausmaße an und fokussieren dabei insbesondere den „User Generated Content“. Der aktive Nutzer filmt und fotografiert, verwendet Filter und Hashtags, sammelt Likes und teilt mit Freunden und Bekannten persönliche Lebensereignisse. Was vor einigen Jahren nur einem kleinen Freundeskreis zugänglich war, wird in der modernen Jugendkultur mit zahlreichen „Followers“ geteilt. Im Folgenden werden die beliebtesten Applikationen kurz vorgestellt.

2.2.1. WhatsApp

Wie bereits erwähnt, wird die Funktion des SMS-Schreibens mehr und mehr durch Messenger Applikationen ersetzt. „In recent times, however, a new wave of mobile communications services called mobile instant messaging (MIM) applications have gained considerable momentum“ (Church/de Oliveira, 2013, S. 352). Diese Applikationen erlauben es dem Nutzer kostenlos sogenannte „real-time text messages“ an Individuen oder Gruppen zu senden und damit den ständigen Austausch zu fördern. Folglich verringert sich der ursprüngliche „SMS-Verkehr“ und wird in der Anwendung von dem Vorreiter der Messenger Applikationen WhatsApp abgelöst, welche bei der Generation der Digital Natives mittlerweile zur Grundausstattung auf dem Smartphone gehört. WhatsApp wird monatlich weltweit von 700 Millionen aktiven Nutzern verwendet, die einmal jährlich 99 Cent für die Applikation zahlen. Um die Bedeutsamkeit der von Facebook Inc. gekauften Messenger App deutlich zu machen, ist es interessant das tägliche Nachrichtenvolumen zu beobachten. Innerhalb eines Jahres hat sich das Ausmaß der versendeten und empfangenen Nachrichten mehr als verdoppelt. Waren im April 2013 noch 31 Milliarden Kurznachrichten der Messenger-Applikation im Umlauf, steigerte sich dieser Wert im April 2014 auf 64 Milliarden Nachrichten (vgl. Statista.com, 2015). Auch die Ergebnisse des medienpädagogischen Forschungsverbunds Südwest (2014) bestätigten, dass 94 Prozent der jugendlichen Smartphone-Besitzer sich an dieser Applikationen erfreuen (S. 50). Dies bedeutet eine Steigerung von 25 Prozentpunkten im Vergleich zum Vorjahr. Durch alle Alters- und Bildungsgruppen hinweg hat sich diese Applikation durchgesetzt und spiegelt damit die neue Form der Individual-Kommunikation wider. Die Applikation brilliert nicht nur durch das kostenlose Versenden von Kurznachrichten, sondern trägt insbesondere durch die Simplizität in der Anwendung mithilfe zahlreicher Extras in Form von Symbolen, sogenannten Smileys zu

jeder Stimmungslage und jeglicher Ereignisform zu einer modernen Individualkommunikation bei. Die Möglichkeit des Versendens von Text-, Bild- oder Sprachnachrichten macht diese App unweigerlich zu einer zentralen technischen Kommunikationsplattform. Studien zu dem jugendlichen Nutzungsverhalten zeigen, dass die Applikation durchschnittlich 26 Mal pro Tag aufgerufen wird. „Jeder Fünfte, der diese App täglich nutzt, macht dies sogar häufiger als 50 Mal am Tag, jeder Dritte immerhin noch zwischen 20 und 49 Mal täglich“ (mpfs, 2014, S. 47). Diese eindrücklichen Zahlen zeigen den enormen Stellenwert sowie den täglichen Zeitaufwand, welchen die Jugendlichen für das Verwenden der Applikation aufbringen.

Die Ergebnisse der Studie von Grellhesl und Punyanunt-Carter (2012) identifizierten die Nutzungsmotive der Nachrichtenfunktion. Die Forscher fanden heraus, dass die permanente Erreichbarkeit für junge Erwachsene als relevant erachtet wurde. Das Schreiben von Nachrichten auf dem Smartphone wurde demnach als besonders einfache und unkomplizierte Kommunikation erachtet. Gleichwohl zeigten die Ergebnisse der Studie, dass insbesondere Motive wie Entspannung, Unterhaltung und Flucht aus dem Alltag genannt wurden. Demzufolge sehen junge Erwachsene das Schreiben von Nachrichten als eine Art Ablenkung von der alltäglichen Routine und versuchen mithilfe der Kommunikation zu entspannen. Die Studie bestätigte dabei, dass das Schreiben von Nachrichten mit einem positiven Gefühl verbunden wurde. Die Ergebnisse einer weiteren Studie zu den Nutzungsmotiven von WhatsApp zeigten, dass eine Reihe von Faktoren die Anwendung beeinflusst (vgl. Church/de Oliveira, 2013). Darunter zu finden, waren insbesondere die nur einmal zu zahlenden Kosten bei der Installation der Applikation. Ebenso schätzten die Nutzer eine Art private Gemeinschaft, welche die Chatfunktion zulässt. Weiterhin bestätigten die Ergebnisse der Studie, dass die Nutzer vor allem die Verlässlichkeit der Applikation schätzten. So ist es mit dieser Applikation möglich zu sehen, ob die gesendete Nachricht übertragen wurde, sowie ob der Teilnehmer die Nachricht gelesen hat. Es entstehen damit gewisse Kontrollmechanismen, die dem Nutzer nicht nur bei WhatsApp, sondern auch bei einer Reihe anderer Messenger Applikationen zugestanden werden.

2.2.2. YouTube

Die Videoplattform YouTube wurde 2004 von zwei ehemaligen Mitarbeitern des Online-Bezahldienstes Paypal gegründet und ist seither die größte Videoplattform weltweit.

„The website provided a very simple, integrated interface within which users could upload, publish, and view streaming videos without high levels of technical knowledge, and within the technological constraints of standard browser software and relatively modest bandwidth“ (Burgess/Green, 2013, S. 1).

Wie dieses Zitat beschreibt, ist es auf YouTube jedermann möglich eigene Videos online zu verbreiten und anderen Nutzern zugänglich zu machen. Die Videoplattform erlaubt es den Nutzern jederzeit nach Lust und Laune zu jeglicher Thematik eine unbegrenzte Anzahl an Videos hochzuladen. Nicht nur Jugendlichen gefällt dieses Konzept, welches von der enormen Reichweite profitiert. So wurde YouTube im Jahr 2006 von dem Internetgiganten Google Inc. gekauft und bereits 2008 zu einer den meistbesuchten Websites (S. 1). Auch bei deutschen Jugendlichen ist YouTube eine der meist genutzten Online-Plattformen. 60 Prozent der 12- bis 19-Jährigen nutzen YouTube regelmäßig, um sich Videos anzuschauen. Immer mehr der Heranwachsenden besitzen überdies einen eigenen Account (50 Prozent), um selbst Videos zu veröffentlichen (vgl. mpfs, 2014, S. 27). Damit hat der Nutzer die Chance nicht nur passiv Videos zu rezipieren, sondern übernimmt eine aktive Rolle in diesem Prozess. Mithilfe der selbstgedrehten Videos verschaffen sich die Jugendlichen Anerkennung der Peers und prägen damit eine neue Form der Selbstdarstellung. Sogenannte „YouTuber“ werden durch ihre selbstgedrehten Videos zu Stars und Vorbildern für die Rezipienten. Die Nutzer liken Videos, werden zu Fans oder abonnieren den Kanal ihrer neuen Idole. Somit wird eine neue Online-Welt geschaffen, in der jeder die Möglichkeit besitzt zum YouTube-Star zu werden. Infolge des schnellen Feedbacks, welches durch die digitale Vernetzung und mobile Verbreitung ermöglicht wird, kann der YouTuber sein Auftreten ständig verbessern um bei seiner Zielgruppe besser anzukommen. YouTube dient der Mehrheit der Jugendlichen dabei als modernes Unterhaltungsmedium, welches für jeden Geschmack zu jeglicher Alltagssituation ein passendes Video zu bieten hat.

2.2.3. YouNow

Eine weitere Plattform, welche sich das Erfolgsrezept von YouTube zunutze macht und speziell auf Jugendliche ausgerichtet ist, nennt sich „YouNow“. Seit 2011 gibt es diese Plattform bereits in den Vereinigten Staaten, doch erst seit ein paar Monaten findet dieser Livestreaming-Dienst auch im deutschsprachigen Raum viele Fans. Mittlerweile besuchen mehrere Millionen Nutzer monatlich diese Videoseite, um sich entweder selbst zu filmen oder andere beim Filmen zu beobachten. 15 Millionen Nutzer hat die Plattform bereits in Deutschland. Heranwachsende senden aus ihren Kinderzimmern, allein oder zu zweit und sammeln „Likes“ um, in einem nationalen Ranking von YouNow zu erscheinen (vgl. Jansen 2015: o.A.). Genau wie YouTube wird diese Plattform zu einem digitalen Aufenthaltsraum für immer mehr Jugendliche. Die Nutzung trägt, wie es bei anderen Videoplattformen auch der Fall ist, dazu bei, dass Heranwachsende am sozialen Leben teilnehmen können und somit bei Gleichgesinnten Anerkennung erhalten. Zu den Auswirkungen und Gefahren, die von dieser Seite für Jugendliche und vor allem Mädchen ausgehen, ist bisher wenig publiziert. Kritiker und sogar das deutsche Familienministerium warnen, dass die unbeschwerter Preisgabe von persönlichen Informationen für Kinder durchaus gefährlich werden könnte. Aus diesem Grund verlangen immer mehr Jugendschützer, dass auf einer Plattform wie YouNow eine Einlasskontrolle eingeführt werden müsse. Kinder und Jugendliche müssen unbedingt im Umgang mit dieser und ähnlichen Plattformen aufgeklärt werden (vgl. MDR 2015: o.A.). Es entsteht damit ein moderner Bildungsauftrag, der nicht nur allein von den Erziehungsberechtigten sondern ebenfalls Schulen erfüllt werden sollte.

2.2.4. Facebook

Die Beschreibung des sozialen Netzwerks Facebook soll im Folgenden kurz gehalten werden. Seit der Gründung des Netzwerks im Jahr 2004 hat Facebook mithilfe der digitalen Revolution eine bis dahin nie erreichte Nutzerschaft gewonnen. Durch alle Zielgruppen hinweg hat es das Unternehmen geschafft moderne Bedürfnisse zu befriedigen.

„These sites have added features that enhance their ability to help young people locate new peer affiliations, manage existing relationships, and keep abreast of social activities within their network“ (Yang/Brown, 2013, S. 403).

Auch auf dieser Plattform können die Nutzer aktiv handeln. Sie erstellen ein persönliches Profil, geben wenn gewünscht persönliche Informationen über sich Preis, können Fotos und Videos hochladen, ihrer aktuellen Standort mitteilen und bleiben durch ihre Startseite auch über alle Freunde und Bekannte bestens informiert. Dabei kann jedes Lebensereignis dokumentiert und mit Freunden geteilt werden. Gleichwohl können soziale Netzwerke bestehende Beziehungen festigen und neue Kontakte entstehen lassen (S. 404). Die große Beliebtheit des sozialen Netzwerks wird insbesondere durch die enorme Reichweite garantiert. Nach jahrelangem Anstieg der Nutzerschaft zeigen sich allerdings seit 2013 erstmals rückläufige Zahlen bei der Anmeldung Jugendlicher (vgl. Hugger, 2014, 12). Vor allem bei den 12- bis 15-Jährigen muss das soziale Netzwerk massive Einbrüche hinnehmen. Dabei sind die Einbußen bereits bei über 17 Prozent angekommen. Eine Ausnahme sind die bereits volljährigen Jugendlichen, da bei dieser Zielgruppe die Nutzerzahlen relativ konstant und nur leichte Rückgänge zu verzeichnen sind. Gleichwohl geht die Tendenz des „Freunde-Sammelns“ langsam zurück (vgl. mpfs, 2014, S. 35). Es wird jedoch deutlich, dass das Phänomen „Facebook“ in den letzten Jahren vor allem bei der jüngeren Zielgruppe an Beliebtheit verloren hat.

Diese Beispiele verdeutlichen, dass die digitalen Online-Angebote einem interaktiven Raum ähneln, der dem Nutzer die Möglichkeit gibt nicht nur die eigene Meinung zu vertreten, sondern ebenso verschiedene Optionen der individuellen Gestaltung. Eigene, kreative Inhalte können verbreitet und geteilt werden, Bewertungen und Kommentare gelten in der digitalen Welt als Maßstab für ein modernes Empfinden und werden damit zu einer neuen Freizeitbeschäftigung (S. 29).

2.3. Veränderte Kommunikationsrituale

Der technische Durchbruch und die damit verbundene Digitalisierung verstärkt die Entstehung neuer Kommunikationskanäle. Digitale Medien eröffnen im Vergleich zu unidirektionalen Medien immense Partizipationsmöglichkeiten für den einzelnen Nutzer. Insbesondere das Web 2.0 liefert dem User eine technische Infrastruktur der „partizipativen Interaktion, Annotation, Zitation, Kollaboration und Kommentierung“ (Hugger, 2014, S. 17). Es entwickeln sich somit neue mediale Praktiken, welche in der Lebenswelt der Jugendlichen bereits nicht mehr wegzudenken sind. In diesem Zusammenhang prägte der amerikanische Wissenschaftler Henry Jenkins den Begriff der „Convergence Culture“ (Jenkins, 2006, S. 2). Nach seiner Auffassung gibt es kaum

mehr eine Trennungslinie zwischen Produzenten und Konsumenten. Beide Rollen nähern sich unweigerlich an und verhelfen dazu, dass neue mediale Nutzungsformen auftreten. Der durch die Digitalisierung neu entstandene Nutzer nimmt aktiv am virtuellen Geschehen teil, damit ändert er sein ursprüngliches passives Verhalten. Auch die moderne Unterhaltungsindustrie hat sich an die veränderten Nutzungsgewohnheiten angepasst und sieht den Nutzer nicht mehr als passiven Rezipienten. Vielmehr verfolgt der moderne Nutzer das aktive Geschehen auf Blogs, YouTube-Kanälen, Fotodiensten oder sozialen Netzwerken und nimmt daran auch selbst teil. Jugendliche zeigen in diesem Ausmaß ihre Kreativität und schaffen eine mediatisierte Gesellschaftsform. „Die Jugendlichen suchen sich mediale Alternativen für ihre eigene öffentliche oder teilöffentliche Artikulation zunehmend mithilfe des Internets“ (Hugger, 2014, S. 17). Das Internet verhält sich demnach gegensätzlich zu traditionellen Massenmedien, bei dessen Nutzung kaum eine Partizipationsmöglichkeit besteht. Demzufolge können die individuellen Interessen der Nutzer nur in geringem Maße vertreten werden. Durch die Möglichkeit an gesellschaftlichen Prozessen via virtueller Plattformen teilzunehmen, können sich Jugendliche auch von der Erwachsenenwelt abgrenzen und neue Formen der Beteiligung etablieren. Der Zugang zu den digitalen Medien und dessen stetig wachsender Pool an informativen und unterhaltenden Inhalten erfolgt dabei insbesondere durch die Verbreitung von Smartphones und Tablets „zeit-, orts- und trägermedienunabhängig“ (Würfel & Keilhauer, 2013, S. 112). Jugendliche teilen damit eine Art „Insiderwissen“ und können in virtuellen Räumen ohne Reglementierungen der Eltern autonom handeln. Die Online-Welt bietet den Nutzern damit die Möglichkeit zu experimentieren. Die Generation der „Digital Natives“ wächst in einer partizipativen Gesellschaftsform auf, die durch neue medienkulturelle Maßstäbe geprägt ist. Erstmals wird diese junge Generation leichter mit einer gesellschaftlichen Neuerung umgehen können als die älteren Generationen (vgl. Hugger, 2014, S. 19). Denn diese digitalen Plattformen stellen für Jugendliche ein soziales Gefüge dar, welches nicht nur das Verlangen nach Unterhaltung und Geselligkeit stillt, sondern gleichwohl andere tägliche Bedürfnisse befriedigt. Dabei spielen auch die Suche nach der eigenen Identität sowie ein Zugehörigkeitsgefühl eine relevante Rolle. So wird auf den modernen Kommunikations- und Videoplattformen eine neue Art der digitalen Präsentation des verbesserten Ichs vorgestellt (vgl. Frölich & Lehmkuhl, 2012, S. 7). Insbesondere im Jugendalter entwickeln Heranwachsende neue fiktive Online-Identitäten sogenannte „Second Lives“, um neben ihrer realen eine parallel existierende Identität anzunehmen (S. 7). Des Weiteren gehen Forscher davon aus, dass Jugendliche mithilfe dieser Form der digitalen Selbstdarstellung das Bedürfnis nach Anerkennung befriedigen wollen. Vor

allein die Altersgruppe der 14- bis 19-Jährigen zeigt sich im Gegensatz zu anderen Altersgenossen besonders aktiv eigene Beiträge zu verfassen (S. 8). Dabei besitzen Heranwachsende der Netz-Generation ein intensives Bedürfnis die eigene Meinung sowie Interessen in der digitalen Welt mitzuteilen. Sie entwickeln eine besonders „große emotionale und intellektuelle Offenheit sich in der Online-Welt selbst zu präsentieren“ (Hugger, 2014, S. 19). Damit integrieren sie ihr optimiertes soziales „Ich“ in die digitale Welt. Es wird nicht mehr unterschieden zwischen der Online oder Offline-Welt, denn beide Lebensbereiche ergänzen sich. Die soziale Identität weist verschiedene Facetten auf und wird ständig nach eigenen Erfahrungswerten erweitert. Damit werden gemeinsame Erlebnisse geschaffen, welche über verschiedenste Plattformen geteilt werden. Die Lebenswelt der Jugendlichen ist demnach nicht mehr privat, sondern wird zur Selbstpräsentation öffentlich zugänglich gemacht (vgl. Krotz & Schulz, 2014, S. 34). Folglich bietet die virtuelle Welt vielfältige Möglichkeiten zur freien Entfaltung und fördert einen identitätsbildenden Prozess der Jugendlichen (vgl. Ferchhoff & Hugger, 2014, S. 259).

Das Smartphone bündelt in diesem Zusammenhang eine Vielzahl von Einzelmedien in einem Gerät und integriert damit für den Nutzer sämtliche Funktionen. Ein Teil des Lebens wird demnach in die virtuelle Welt verlagert. Zahlreiche emotional prägende Ereignisse werden über das Smartphone abgewickelt und machen das mobile Endgerät so zu einem unverzichtbaren Alltagsgegenstand. Das Smartphone nimmt damit eine Rolle als Vermittler zwischen dem realen sowie dem virtuellen Leben ein und fungiert als eine Art Beziehungsmedium zwischen Besitzer und der sozialen Umwelt (vgl. Krotz & Schulz, 2014, S. 40).

2.4. Folgen der Online-Zeit

Infolge der Vielzahl an neuen Optionen durch den Zugang zum Internet steigt auch die subjektiv empfundene Nutzungsdauer rasant an. Dabei entwickeln Heranwachsende schon während der frühen Sozialisationsphase durch die Nutzung des World Wide Webs eine ausgeprägte Medienkompetenz. Jugendliche im Alter von 12 bis 17 Jahren werden aus diesem Grund als „Digital Pioneers“ bezeichnet, da sie nicht nur in einem Zeitalter der multimedialen Infrastruktur aufgewachsen, sondern auch ein enormes mediales Wissen aufweisen (Hasebrink et al., 2008, S. 116). Infolgedessen ist es nicht verwunderlich, dass der Alltag der Heranwachsenden durch ein „permanentes digitales Grundrauschen“ beherrscht wird (Frölich & Lehmkuhl, 2012, S. 14).

Ferner entwickelt sich ein kontinuierlicher Wandel, der dazu führt, dass sich „Jugendkulturen heute sehr viel grundlegender mit und über Medien konstituieren als in der Vergangenheit“ (Krotz & Schulz, 2014, S. 34). Denn die ständige Verfügbarkeit der Onlinewelt verstärkt den Drang ständig und überall erreichbar zu sein. Seit der Entwicklung des Smartphones ist der Zugang zum Internet nicht mehr an stationäre Geräte gebunden. Vor diesem Hintergrund der immerzu ansteigenden Nutzungszeit sowie der zahlreichen medialen Angebote werden vermehrt Bedenken bezüglich der Risiken und Folgen der möglicherweise exzessiven Nutzungsformen geäußert. Auf Basis der EU-Kids Studie, einer vergleichenden repräsentativen Erhebung an knapp 20.000 Kindern und Jugendlichen im Alter von elf bis 16 Jahren wurde gezeigt, dass dem Untersuchungsgegenstand der exzessiven Mediennutzung international ein immer höherer Stellenwert beigemessen wird. Vor allem die Steigerung der Zugänge und die Nutzungsintensität der Kinder ruft in vielen Staaten Ängste vor der Entwicklung eines exzessiven Mediennutzungsverhalten hervor (vgl. Smahel, Helsper, Green et al. 2012). Auch die Studie „Exzessive Internetnutzung in Familien (EXIF)“ von Kammerl, Hirschhäuser, Rosenkranz et al. (2012), welche vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend in Auftrag gegeben wurde, beschreibt die Risiken eines möglichen Abhängigkeitsverhaltens innerhalb der Familie. Neben der Befragung von Jugendlichen über ihr Online-Nutzungsverhalten wurden gleichzeitig Eltern und wissenschaftliche Experten befragt. Die Studie verdeutlichte den schädlichen Einfluss der exzessiven Nutzung Heranwachsender auf das Zusammenleben. Die Situation innerhalb der Familie sei dabei insbesondere für die Kinder schwer zu ertragen, so dass sie sich in eine virtuelle Welt zurückziehen, um online die Bestätigung und Anerkennung zu finden nach der Heranwachsende im Jugendalter suchen.

3. Exzessiver Medienkonsum Jugendlicher

Dieser Forschungsüberblick soll das Phänomen der Medienabhängigkeit Jugendlicher thematisieren und die Relevanz dieser aktuellen Thematik aufgreifen. Ein besonderer Fokus liegt auf der Beschreibung der Verhaltenssucht sowie der vorherrschenden Verhaltensmuster bei dieser Form der Abhängigkeit. Zunächst werden ein allgemeiner Überblick über die Entwicklung des Suchtbegriffs gegeben, Klassifikationsschemata sowie Diagnosekriterien erläutert, um darauffolgend im Speziellen auf das Phänomen der Internet- und Smartphone-Abhängigkeit einzugehen.

3.1. Definition Verhaltensabhängigkeit

Im deutschen Sprachgebrauch wird bei einem exzessiven Gebrauch eines Stoffes der Begriff „Sucht“ oder „Abhängigkeit“ verwendet. Der Suchtforscher Michael Klein, Professor für Klinische Psychologie und Sozialpsychologie beschreibt das Suchtverhalten folgendermaßen:

„Suchtstörungen sind [...] als Resultat gesellschaftlicher als auch personaler und neurobiologischer Fehlentwicklungen aufzufassen“, bei denen „der funktionale Gebrauch von Suchtmitteln zur ‚Selbstreparatur‘ psychischer Missempfindungen zu verstehen [ist], der am Ende oft in einem Verlust der Kontrollfähigkeit mündet“ (Klein, 2008, S. 4).

Wissenschaftler erkannten bereits Ende des 19. Jahrhunderts die Existenz stoffgebundener sowie stoffungebundener Suchterkrankungen. Besonders vorherrschend waren Alkohol-, Morphin-, Kokain- und Spielsucht. Schon damals wurde der durch die exzessive Verhaltensform eintretende Kontrollverlust und auch die Fortführung des Verhaltens trotz des wohlwissenden Eintretens negativer Konsequenzen festgestellt. Die diagnostischen Kriterien blieben zu dieser Zeit jedoch gleichermaßen unberührt (vgl. Grüsser, Poppelreuter, Heinz, Albrecht, Sass, 2007, S. 997). Auch im 21. Jahrhundert gehört die Abhängigkeit von psychotropen Substanzen zu den am stärksten verbreiteten psychischen Störungen weltweit. Gleichwohl etabliert sich mehr und mehr die Form der stoffungebundenen Abhängigkeit, der sogenannten Verhaltenssucht. Es werden in diesem Fall keine Substanzen von außen zugeführt, „der psychotrope Effekt ergibt sich aus körpereigenen Veränderungen, die durch bestimmte exzessive, belohnende bzw. belohnungssuchende Verhaltensweisen ausgelöst werden“

(ebd. 2007, S. 997). Diese Form der Abhängigkeit stellt eine große diagnostische Herausforderung dar. Psychotrope Substanzen, wie beispielsweise Alkohol oder Nikotin wirken chemisch auf den Körper und vor allem das Gehirn indem Botenstoffe ausgesendet werden. Damit einhergehend entsteht für den Betroffenen eine positive Erfahrung, die dem Gehirn vorgetäuscht wird. Die Verhaltenssucht hingegen basiert auf realistischen Ereignissen, die einen psychotropen Effekt hervorrufen. Dieser lässt sich durch die Reaktion körpereigener biochemischer Veränderungen erklären (vgl. Bilke-Hentsch, 2014, S. 27). Durch bestimmte „exzessive belohnende Verhaltensweisen“ wird demnach eine Art Rausch beim Betroffenen ausgelöst (Grüsser & Thalemann, 2006, S. 4). „Rauschzustände werden zu Rückzugsräumen, sie entlasten kurzfristig und versetzen in einen anderen Bewusstseinszustand“ (Batthyány & Pritz, 2009, S. V). Die zwanghafte Nutzung wird demnach als besonders belohnend und damit einhergehend stressreduzierend empfunden. Der Betroffene lernt vor allem negative Gefühle, wie Frustration oder Unsicherheit, aktiv zu regulieren und verbessert durch den exzessiven Konsum seinen aktuellen Stimmungszustand. Wird dieser Zustand und das Verlangen nach einem Rausch allgegenwärtig kann von einem Suchtverhalten gesprochen werden. Die Aufmerksamkeit des Betroffenen fokussiert sich ausschließlich auf den nächsten Rauschzustand. Interessen und Pflichten werden vernachlässigt und auch der soziale Kontakt deutlich reduziert (S. V). Laut aktueller Befunde sind die Folgen einer solchen Verhaltenssucht vielfältig. Für die Betroffenen entsteht ein starker Leidensdruck wie auch der Wunsch nach einem sozialen Rückzug (Moody, 2001). Bei Heranwachsenden kann ein exzessiver Konsum zu einer Verschlechterung der schulischen Leistung führen (Young, 1999), aber auch Formen von depressiven Zuständen konnten nachgewiesen werden (Ha et al., 2006). Von dieser sich schleichend annähernden Form der Abhängigkeit sind nicht nur direkt, durch offensichtlich erscheinende exzessive Verhaltensweisen, sondern auch indirekt Millionen von Menschen betroffen. Insbesondere durch berufliche sowie private Verknüpfungen entstehen Alltagsbelastungen, welche sich auf ein exzessives Verhaltensmuster auswirken.

3.2. Anerkannte Klassifikationssysteme

Um die diagnostischen Kriterien psychischer Erkrankungen einheitlich kategorisieren zu können, wurde das anerkannte amerikanische Klassifikationssystem »Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders« (DSM) entwickelt, welches von der American Psychiatric Association (APA) seit 1952 jährlich publiziert wird. In der neuesten Veröffentlichung dem DSM-V wird erstmals die Kategorie „Addiction and related

Disorders“ als neue Bezeichnung des Kapitels „Substance related Disorders“ aufgeführt, welche stoffungebundene Abhängigkeitsformen vereint (vgl. APA, 2013, S. 481). Die damit einhergehende Beachtung der substanzungebundenen Abhängigkeitsformen als neues Krankheitsbild beweist einen außerordentlichen Paradigmenwechsel. Damit wurde die „nosologische Einordnung der Störung als Impulskontrollstörung“, welche starker Kritik ausgesetzt war, aufgegeben (Bilke-Hentsch, 2010, S. 82). Bisher ist unter der neuen Kategorie allerdings lediglich die Glücksspielsucht als Verhaltensabhängigkeit aufgeführt. Das pathologische Glücksspiel stellt dabei eine der ältesten anerkannten Formen der substanzungebundenen Abhängigkeiten dar. Bereits Ende der 1980er Jahre wurde sie als erste Ausprägung der stoffungebundenen Abhängigkeiten im Kategorisierungsschema des DSM erwähnt. „Die Glücksspielsucht wurde damit zum Paradigma der Verhaltenssüchte“ (S. 28). Weitere Formen, welche in den letzten Jahrzehnten in der Wissenschaft starke Beachtung fanden, waren Computerspielsucht, Kaufsucht sowie Sexsucht (vgl. Griffiths, King, Demetrovics, 2014, S. 1). Da das Internet mittels der enormen Nutzungsmöglichkeiten eine Vielzahl dieser Suchtformen abdeckt, hat sich der Begriff „Internet Addiction Disorder (IAD)“ etabliert. Entgegen aller Erwartungen wurde die IAD als mögliche psychische Krankheitsform allerdings nicht im DSM-V unter den Verhaltenssüchten eingetragen. Für die kommende Ausgabe wird dessen ungeachtet wieder angenommen, dass es eine Kategorie der „Addictive Activities“ in Bezug auf exzessives Online-Nutzungsverhalten geben wird (vgl. Griffiths et al., 2014, S. 1).

Ein weiteres anerkanntes Klassifikationssystem, welches insbesondere im deutschsprachigen Raum aufgrund der zur Krankenkassenabrechnung verbindlichen Diagnostik verwendet wird, ist das Klassifikationssystem der Krankheiten und Gesundheitsprobleme (»International Classification of Diseases«, ICD). Die aktuelle Version wird von dem Herausgeber, der Weltgesundheitsorganisation (WHO), in der 10. Revision veröffentlicht. Das ICD-10 German Modification (GM) dient dabei insbesondere der Verschlüsselung medizinischer Daten zur Diagnose bestimmter Krankheitsbilder. Unter der Kategorie der Verhaltenssucht, welche nicht als Form der Abhängigkeit, sondern als eine Impulskontrollstörung klassifiziert wurde, werden exzessive Verhaltensformen sowie deren relevante Suchtkriterien beschrieben. Mit dieser Klassifikation wird diese Form der Abhängigkeit demnach nicht mit anderen (substanzgebundenen) Suchtformen gleichgesetzt, sondern den Zwangsstörungen zugeordnet (vgl. Bilke-Hentsch, 2014, S. 28). Die 11. Revision, welche im Jahr 2017 erscheint, wird zeigen, ob die Verhaltenssucht als eine eigenständige Abhängigkeitsform anerkannt wird. Bisher enthält diese Kategorie, wie auch das DSM-V, ausschließlich die

Sucht des pathologischen Glücksspiels. Es bleibt abzuwarten, ob weitere Suchtformen unter dieser Kategorie aufgenommen werden (S. 30).

Ein Erklärungsansatz, warum eine Vielzahl der bereits wissenschaftlich anerkannten Verhaltenssuchte bisher nicht in die Klassifikation des DSM sowie des ICD aufgenommen wurden, bestätigt die Anwendung unterschiedlicher Messinstrumente in diversen Studien. Trotz der sehr spezifischen Charakteristika aller Abhängigkeitsformen gibt es dennoch zahlreiche Übereinstimmungen der Diagnosekriterien wie beispielsweise Stimmungsschwankungen, die Entwicklung einer starken Toleranz gegenüber dem exzessiven Verhalten und Entzugserscheinungen (vgl. Griffiths et al., 2014, S. 2). Gleichwohl nehmen beide Klassifikationssysteme in der Suchtforschung sowie der klinischen Versorgung einen hohen Stellenwert ein. Aus dieser Vielzahl von Erklärungsansätzen lässt sich allerdings immer noch Uneinigkeit der bisherigen Forschung über die Thematik der stoffungebundenen Abhängigkeitsformen erkennen. Aus diesem Grund ist es essentiell, auf dieser Basis weiterführende Forschung voranzutreiben, um die Risiken einer möglichen Krankheitsform abschätzen sowie einheitliche Standards der Klassifikationssysteme einführen zu können.

3.3. Ausprägungen der Verhaltensabhängigkeiten

Im Folgenden soll insbesondere auf neue Ausprägungen der Verhaltenssucht eingegangen werden. Auf Basis des technologischen Wandels, welcher sich in den letzten Jahrzehnten stetig vollzog, konnten nicht nur die exzessive Internetnutzung identifiziert werden, sondern es ließ sich ebenso ein problematisches Smartphone-Nutzungsverhalten beobachten.

3.3.1. Exzessive Internet-Nutzung

Neben Drogen-, Alkohol- und Spielsucht findet im Zeitalter der digitalen Medien vor allem die Internetabhängigkeit nicht nur in der Wissenschaft Beachtung, sondern wird auch als gesellschaftlich relevantes Problem wahrgenommen. Die amerikanische Psychologin Kimberly Young (1996, 1998) erkannte früh das Suchtpotential des Internets und veröffentlichte in Pionierarbeit erste relevante Forschungsergebnisse. Indem Young (1998) die Diagnosekriterien des pathologischen Glücksspiels des DSM-IV auf die exzessive Internetnutzung zu übertragen versuchte, konnte sie eine der ersten

weitreichenden Studien vorweisen. Die Ergebnisse der Studie sind jedoch infrage zu stellen, da 79,8 Prozent der Befragten die Internetsucht-Kriterien erfüllten (Young, 1998). Young zeigt damit unbeabsichtigt die „selbstselektive Verzerrung der Stichprobe durch die überproportionale Beteiligung von vermeintlich Betroffenen“ (Hahn & Jerusalem, 2010, S. 189).

In einigen internationalen Studien wurden aufgrund der hohen Relevanz verschiedene Formen der Internetsucht identifiziert, die ein erhöhtes Potential aufweisen. Internetabhängigkeit ist demnach als Sammelbegriff zu verstehen, da sich daraus eine Vielzahl von möglichen Suchtformen ergeben (Young, 1999). Dies soll in der nachfolgenden Tabelle dargestellt werden:

Tabelle 1. Darstellung der Online-Suchtformen

Online Spiele	Suchtartiges Spielen, insbesondere bezogen auf massive Multiplayer Online Role Playing Games (MMORPGs)
Online-Glücksspiele	Unkontrolliertes Glücksspielverhalten (bspw. In Internetcasinos, Online-Wetten, Online Poker)
Informationssuche/ -sammlung	Ungezieltes Surfen im Netz; Sammeln von größtenteils irrelevanten Informationen
Soziale Netzwerke	Versinken in kommunikationsbasierten Anwendungen; ausufernde Pflege des eigenen Online-Profiles
Online Pornographie	Exzessives Ansehen und Sammeln von pornographischem Material
Online-Kaufportale	Exzessives Einkaufen; Vergleichen von Preisen

(te Wildt/Rehbein, 2010, S. 14)

Neurowissenschaftliche Daten, welche die Berührungspunkte zwischen stoffgebundenen Erkrankungen sowie den stoffungebundenen Abhängigkeitsformen bestätigen, prägen den Begriff der „Internet Addiction“, so dass dieser sich auch in der internationalen Forschung durchsetzen konnte (vgl. Byun et al., 2009). Dabei wurde bereits nachgewiesen, dass sich suchtartiges Internetverhalten mit ähnlichen Symptomen

äußert, wie klassische Abhängigkeitserkrankungen. Bei Betroffenen entsteht ein unkontrollierbarer Wunsch nach der Nutzung des Internets (Verlangen). Ein Symptom, welches über einen bestimmten Zeitraum nach außen sichtbar ist, ist die Zunahme der Dauer und Intensität der Internetnutzung (Toleranzentwicklung). Der Betroffene fühlt ein „Immersionserleben“. Dies bedeutet, dass die völlige Aufmerksamkeit auf das Erleben der Medieninhalte fokussiert wird (vgl. Petry 2010, S. 68). Die Nutzung des Internets wird trotz des Eintretens negativer Konsequenzen mehr und mehr gesteigert (fortgeführter Konsum). Außerdem können die Konsequenzen der ständigen Nutzung des Internets nicht mehr abgeschätzt werden. Es besteht eine starke gedankliche Eingenommenheit bei den Betroffenen, um das Bedürfnis der Nutzung zu erfüllen, ehe sich der Betroffene wieder einem anderen Gedanken widmen kann. Es können außerdem bei einer Konsumverhinderung aversive Zustände wie beispielsweise Reizbarkeit oder Depressionen auftreten (Entzugerscheinungen) (vgl. Beutel, Hoch, Wölfling & Müller, 2011; Young, 1999). Nach Petry (2010) sind für ein Medienabhängigkeitsverhalten außerdem Symptome wie die Störung des Schlaf-Wach-Rhythmus, das Ausblenden negativer sozialer Konsequenzen infolge des exzessiven Verhaltens sowie psychische Veränderungen wie beispielsweise Reizbarkeit charakteristisch. Entscheidend zur Abgrenzung der Verhaltenssucht im Vergleich zu psychotropen Suchterkrankungen ist, dass bei dieser Form keine Wahrnehmungsstörungen auftreten. Aus diesem Grund bleibt der Betroffene davon überzeugt in seinem virtuellen Lebensraum ein aktiv handelndes Subjekt zu sein. Demnach sieht sich der Nutzer in der Lage, eigene Entscheidungen bezüglich seiner (exzessiven) Nutzung zu treffen und verharmlost das eigene Konsumverhalten (vgl. Petry 2010: 68). Hahn & Jerusalem (2001), die die Suchtform der Internet-Abhängigkeit im deutschsprachigen Raum modifizierten, schlagen in diesem Zusammenhang vor, von einer „eskalierten Normalverhaltensweise im Sinne eines exzessiven und auf ein Medium ausgerichteten Extremverhaltens“ zu sprechen (S. 282).

Das kognitiv-behaviorale Modell nach Davis (2001) differenziert zwischen einer globalen und einer spezifischen Internetabhängigkeit. Die globale Form gilt dabei als eine allgemein starke Nutzung des Internets, ist folglich nicht an einen speziellen Inhalt gebunden. Die spezifische Form der Internetabhängigkeit wiederum ist inhaltsabhängig. Dies bedeutet, dass sich ein Nutzer beispielsweise primär dem exzessiven Glücksspiel, oder der Nutzung sexueller Inhalte, oder dem Online-Shopping zuwendet. Die Prävalenzschätzungen für das Auftreten einer Internetabhängigkeit sind je nach untersuchter Bevölkerungsgruppe und methodischem Vorgehen sehr unterschiedlich. Je

nach Stichprobe variierte der Wert der Abhängigkeit im Bereich zwischen 0,3 Prozent bis 38 Prozent (Shaw & Black, 2008). Im deutschsprachigen Raum fanden Müller, Glaesmer, Brähler, Woeßling und Beutel (2013) eine Prävalenz von 2,1 Prozent bezogen auf eine Bevölkerungsgruppe im Alter von 14 bis 94 Jahren.

Eine der neuesten veröffentlichten Studien von Wartberg, Kriston, Kammerl, Petersen und Thomasius (2015) untersuchte die Online-Nutzungsgewohnheiten Jugendlicher. Die Befragung sollte vor allem über die Risiken einer pathologischen Internetsuchtgefahr Aufschluss geben. Die Jugendlichen mussten dazu nicht nur ein Persönlichkeitsprofil zur Selbsteinschätzung anlegen, sondern zu jedem Proband wurde zusätzlich eine Bezugsperson zu den täglichen Nutzungsmustern befragt. Die Ergebnisse der Studie zeigten, dass 3,2 Prozent der Jugendlichen zu einer gefährdeten Nutzergruppe gehören. Den Autoren zufolge ist die Entwicklung einer pathologischen Internetnutzung in diesem Fall wahrscheinlich. Dabei zeigte sich, dass die identifizierte Risikogruppe weniger Familiensinn sowie eine gewisse Unzufriedenheit im Leben empfindet.

Zwar wird hat sich das Phänomen der Internet-Abhängigkeit bereits vielfach in der Wissenschaft als auch angewandten Forschung etabliert, allerdings warnen Kritiker, dass eine Suchterkrankung in Form der Internet-Abhängigkeit in diesem Ausmaß nicht existieren würde, da das Internet nicht als Ursache für eine Störung gelten könnte. Eher sei davon auszugehen, dass die nach außen erscheinende Sucht als Ausdruck oder Symptom weitreichender individueller Probleme anerkannt werden müsse (Grohol, 1999). Auch heute besteht kein Konsens über die mögliche Existenz und deren Diagnostik einer Internetabhängigkeit. King & Delfabbro (2013) kritisieren beispielsweise die allgemeine Verwendung des Begriffes der Internet-Abhängigkeit für verschiedene Online-Aktivitäten. Dabei sei das Internet lediglich das Medium für spezifische Aktivitäten, welche einen unendlichen Interpretationsspielraum zuließe. Andere Forscher sind der Überzeugung, dass man die verschiedenen Online-Aktivitäten zu bereits bestehenden Störungskategorien wie beispielsweise dem pathologischen Glücksspiel zuordnen könnte (Starcevic, 2013).

3.3.2. Entwicklung einheitlicher Messinstrumente

Bis vor wenigen Jahren war die Forschungslage zur Thematik der Formen von Medien- bzw. Internetabhängigkeit noch unzureichend. Auf dieser Basis konnte kein

Messinstrument gefunden werden, welches den Abhängigkeitsgrad der Population entsprechend feststellen konnte. Ein ausschlaggebender Faktor für dieses Problem sind die Gelegenheitsstichproben, mit welchen die bisherigen Studien arbeiteten (vgl. Hahn & Jerusalem, 2010, S. 188). Aus diesem Grund konnte lange Zeit keine Studie Repräsentativität und damit einhergehend eine Generalisierung der Ergebnisse garantieren. Mit der Akzeptanz der Internetabhängigkeit als gesellschaftlich relevantes Phänomen, steigerte sich das Forschungsinteresse erheblich. Die bisher publizierten Studien basierten vor allem auf den DSM-IV Kriterien, die sich jedoch auf Formen der stoffgebundenen Abhängigkeit beziehen. Meerkert, Van Den Eijnden, Vermulst & Garretsen (2009) haben mithilfe der „Compulsive Internet Scale“ (CIUS) dazu beigetragen, dass ein Messinstrument konzipiert wurde, das vielversprechende Ergebnisse zum zwanghaften Online-Nutzungsverhalten lieferte. Bisherige Instrumente, wie beispielsweise der „Internet Addiction Test (IAT)“ (Young, 1998) oder die „Online Cognition Scale (OCS)“ (Davis, Flett & Besser, 2002), konnten bis dahin allerdings keine allgemeine wissenschaftliche Gültigkeit bei größeren Stichproben nachweisen. Ein Problem, welches das Öfteren bei der Entwicklung solcher Messinstrumente auftritt, ist die bisherige wissenschaftliche Uneinigkeit beziehend auf substanzungebundene Abhängigkeitsformen, wie der Internetabhängigkeit. Es herrscht demnach noch immer ein gewisses „conceptual chaos“ (Meerkert et al., 2009, S. 1). Die Ergebnisse der Studie verdeutlichten, dass Übereinstimmungen der Symptome zwischen den Kriterien der substanzgebundenen Abhängigkeit des DSM-IV sowie der Verhaltenssucht nach Griffiths (1999) vorlagen. Als logische Konsequenz versuchten die Forscher die Kriterien der CIUS ähnlich zu formulieren. Dabei wurde angenommen, dass die Internet-Nutzung nicht pauschaliert werden kann. Der Betroffene sei meist einer bestimmten Online-Aktivität wie beispielsweise der Online-Spielsucht verfallen. „(...) we prefer compulsive Internet use because we believe one is not addicted to the internet itself but rather to certain online activities, resulting in compulsive Internet use (...)“ (Meerkert, 2009, S. 1). Damit widersetzten sich die Forscher der bisher vorherrschenden Kritik und entwickelten ein verlässliches Messinstrument. Basierend auf den Ergebnissen der Studie konnten fünf Diagnosekriterien zur Internetabhängigkeit abgeleitet werden:

- 1) Loss of control
- 2) Preoccupation (including mental and behavioral preoccupation)
- 3) Withdrawal symptoms
- 4) Coping or mood modification
- 5) Conflict

Die Ergebnisse der Studie zeigten außerdem, dass betroffene Internetnutzer einen Nutzungszwang entwickeln. Sie verbringen längere Zeit online, beabsichtigen dies jedoch nicht. Gleichwohl wurde Verhalten trotz Eintreten negativer Konsequenzen fortgesetzt. Das zwanghafte Verhalten ist auf Basis dieser Ergebnisse ein wahrzunehmendes Konstrukt. Die Probanden der Studie wurden dabei in zwei Gruppen den „heavy Internet User“ mit einer Online-Nutzungszeit von 16 Stunden pro Woche und den „nonheavy Internet User“ (weniger als 16 Stunden pro Woche) kategorisiert. Darüber hinaus konnte in der Studie festgestellt werden, dass „Toleranzentwicklung“ sowie das „Lügen über das Ausmaß der Internetnutzung“ keinerlei Relevanz in Bezug auf ein mögliches Internet-Abhängigkeitsverhalten einnimmt. Jedoch sind weitere Studien und vor allem die Weiterentwicklung der Skala notwendig, um alle Mechanismen und Konsequenzen zu entschlüsseln. Das in dieser Studie präsentierte Messinstrument wird es erleichtern Studien auf dieser Basis durchzuführen um damit die Schwere eines zwanghaften Verhaltens valide zu ermitteln (vgl. Meerkert et al., 2009).

3.3.3. Exzessive Smartphone-Nutzung

Die Entwicklung des Smartphones stellt einen Meilenstein in der technischen Entwicklung des 21. Jahrhunderts dar und ist aus der mediatisierten Gesellschaft nicht mehr wegzudenken. Dabei zeigt sich jedoch, dass die neue Nutzungsvielfalt eine Reihe von Risiken birgt, welche in der Gegenwart diskutiert werden müssen. Die Verhaltensstudie von Billieux, Van der Linden, d'Acremont, Ceschi & Zermatten (2007) untersuchte dazu die Effekte einer exzessiven Mobiltelefonnutzung von Studierenden und stellte fest, dass ein Zusammenhang zwischen der tatsächlichen Nutzung des Mobiltelefons und dem wahrgenommenen Level der Abhängigkeit besteht. Des Weiteren wurde in dieser Studie deutlich, dass insbesondere der Impuls-Faktor „Urgency“ stark mit der wahrgenommenen Abhängigkeit in Verbindung steht. Wenn der Nutzer demnach einen zwingenden Druck verspürt, das Mobiltelefon nutzen zu müssen, steigt gleichwohl das Abhängigkeitslevel. Dieser Faktor ist laut der Studie ausschlaggebend, um die Anzeichen einer Abhängigkeit zu deuten.

Die aktuelle Studie von Bian und Leung (2014) untersuchte die Rolle psychologischer Attribute im Hinblick auf das exzessive Smartphone-Nutzungsverhalten. Die Forscher identifizierten dabei fünf eindeutige Symptome, welche eine Smartphone-Abhängigkeit charakterisieren:

1. Disregard of harmful consequences
2. Preoccupation
3. Inability to control craving
4. Productivity loss
5. Feeling anxious and lost, which formed the Smartphone Addiction Scale.

Ähnlich wie auch bei der Internetsucht kann der Betroffene sein Verhalten schwer kontrollieren und die negativen Konsequenzen nicht abschätzen. Es besteht ein unkontrollierbarer Wunsch nach der Nutzung des Smartphones. Zusätzlich entstehen bei einer Smartphone-Abhängigkeit Gefühle der Angst und der Verwirrung. Des Weiteren wird davon ausgegangen, dass die Wahrscheinlichkeit einer Abhängigkeit steigt, umso höher die eigene Einsamkeit oder Schüchternheit eingeschätzt wird. Die Ergebnisse der Studie zeigten außerdem, dass die verschiedenen Nutzungsabsichten sowie die eintretenden Symptome insbesondere das soziale Leben des Betroffenen beeinflussen (vgl. Bian & Leung, 2014).

Anhand der beschriebenen Symptome konnte in der Studie eine Prävalenz von 13,5 Prozent festgestellt werden. Demzufolge entwickelt sich diese Form der Verhaltensabhängigkeit langsam aus einer Gewohnheitsnutzung heraus. Über die Zeit können sich die Symptome verstärken, so dass von einer exzessiven Form der Nutzung die Rede ist. Des Weiteren fanden die Forscher heraus, dass insbesondere „Einsamkeit“ gefolgt von „Schüchternheit“ relevante Faktoren bei der Entwicklung einer Abhängigkeitsform darstellen. Um das Level einer möglichen Abhängigkeit zu präzisieren, wurde die Stärke der fünf auftretenden Symptome untersucht. Es zeigte sich, dass Schüchternheit stark in Zusammenhang steht mit den Symptomen der Beschäftigung, der Unfähigkeit das Verlangen zu kontrollieren, Leistungsverlust und Angstgefühlen (Preoccupation, inability to control craving, productivity loss, anxious and lost). Einsamkeit wiederum wurde verbunden mit der Missachtung von jeglichen Konsequenzen sowie Leistungsverlust (Disregard of harmful consequences, productivity loss). Bei dem Vergleich der Funktionsbereiche und den Abhängigkeitssymptomen wurde festgestellt, dass die Wahrscheinlichkeit einer Abhängigkeit steigt, sofern der Nutzer das Smartphone primär zur Informationssuche (Information Seeking), zum alltäglichen Gebrauch (Utility) und zu Unterhaltungszwecken (Fun seeking) nutzt.

Gleichwohl ist sich die Wissenschaft bisher uneinig darüber, wie das Krankheitsbild der Internet- oder Smartphone-Abhängigkeit charakterisiert werden kann. Es stellt sich die Frage, ob es sich lediglich um ein problematisches Verhalten ohne bedrohlichen

Krankheitswert handelt, möglicherweise um eine Impulskontrollstörung wie es im ICD-10 aufgeführt wird oder ob es sich vielmehr als ein Merkmal einer psychischen Störung charakterisieren lässt (te Wildt/Mücken, 2010, S. 84). Wissenschaftlicher Konsens besteht darin, diese Form der Verhaltenssucht als eine stoffungebundene Abhängigkeitserkrankung anzuerkennen und dass das Kriterium der zeitlichen Nutzungsdauer allein nicht als Schlüssel für eine Diagnose eines problematischen Nutzungsverhaltens ausreicht. Allerdings besteht Uneinigkeit darüber, wie eine Smartphone-Abhängigkeit mithilfe moderner Messinstrumente erhoben werden kann. Zur frühzeitigen Erkennung unangemessener Nutzung, die in der schlimmsten Annahme zu einem pathologischen Verhalten führen kann, bedarf es aus diesem Grund festgelegte Diagnosekriterien. Da der bisherige Stand der Forschung im deutschsprachigen Raum noch sehr viele Unklarheiten in Bezug auf das Smartphone-Abhängigkeitsverhalten von Kindern und Jugendlichen zeigt, ist es das Ziel der vorliegenden Magisterarbeit, neue Erkenntnisse in diesem Bereich der Forschung zu erbringen und somit einen Teil zur Forschung beizutragen.

3.4. Jugendliche als gefährdete Zielgruppe

Durch die technische Revolution werden Jugendliche in allen Lebensbereichen mit digitalen Entwicklungen konfrontiert. Dabei bietet insbesondere das Internet dieser jungen Generation unendliche Möglichkeiten, um Entwicklungsaufgaben zu bewältigen (vgl. Hahn & Jerusalem, 2001, S. 289). Digitale Medien liefern demnach nicht nur Orientierung in der virtuellen sowie realen Welt, sondern ebenso Anerkennung der Peer Group, die Möglichkeit der Abgrenzung zur Erwachsenenwelt und Hilfestellungen bei der Suche nach der eigenen Identität. Jedoch kann sich dieser intensive Medienkonsum auch negativ auf die Entwicklungsphase Jugendlicher auswirken.

„Da sich gerade das Kindes- und Jugendalter aufgrund des immanenten Entwicklungsdrucks als eine Phase besonderer Vulnerabilität auszeichnet und moderne Unterhaltungsmedien in jüngeren Alterssegmenten ein hohes Attraktionspotential aufweisen, kann davon ausgegangen werden, dass Jugendliche einer besonderen Gefährdung ausgesetzt sind, in ein problematisches bzw. suchtartiges Konsummuster abzugleiten“ (Müller, Ammerschläger, Freisleder, Beutel, Wölfling, 2012, S. 352).

Der Übergang vom Jugend- auf das Erwachsenenalter stellt eine Phase der Krise dar, die das Risiko problematischer Entwicklungen fördert (vgl. Petry, 2010, S. 76). Es wird davon ausgegangen, dass die exzessive Medienzuwendung die Bewältigung der

bevorstehenden Entwicklungsaufgaben während dem Jugendalter stark beeinträchtigt. Dies wird auch von der repräsentativen Studie zur Prävalenz von Internetabhängigkeit (PINTA) bestätigt. Laut dieser Studie weisen vier Prozent der 14 bis 16-Jährigen ein gewisses Mediensuchtpotential auf. Weibliche Nutzerinnen sollen dabei häufiger betroffen sein als männliche Nutzer (vgl. Rumpf, Meyer, Kreuzer, John, 2011). Vergleicht man die Ergebnisse der komparativen Studie von PINTA und EU-Kids-Online (2012) wird deutlich, dass nicht primär Erwachsene oder Kinder gefährdet sind, sondern vielmehr Jugendliche als begünstigte Risikogruppe identifiziert werden. Die EU-Kids-Studie zeigt, dass nur ein Prozent der Befragten als „medienabhängig“ gelten und damit alle Diagnosekriterien einer pathologischen Nutzung erfüllen. Gleichwohl werden 29 Prozent der 11 bis 16-Jährigen als gefährdet eingestuft. Dabei werden insbesondere ältere Jugendliche in problematischen sozialen Verhältnissen sowie einem hohen Level an Sensationsgier („Sensation Seeking“) als Risikogruppe identifiziert (vgl. Smahel et al., 2012). Basierend auf diesen Ergebnissen wird angenommen, dass Jugendliche durch den intensiven Medienkonsum eine Art Reiz des Risikos verspüren. Dabei spielt der Reiz einer selbstbestimmten Mediennutzung für Jugendliche eine große Rolle. Gleichwohl sind einzelne Phasen der intensiven Mediennutzung noch nicht mit einem pathologischen Verhalten gleichzusetzen (vgl. Hajok/Rommeley, 2014, S. 2). Exzessiver Medienkonsum kann beispielsweise bei Gefühlen der Langweile, Frustration oder Einsamkeit auftreten (vgl. Petry, 2010, S. 86). Bereits in der frühen Kindheit manifestieren sich bestimmte Handlungsmuster. Medien werden in dieser Entwicklungsphase oftmals von den Eltern selbst zur Überbrückung von Langweile oder zum Zeitvertreib eingesetzt (vgl. Dernbach, 2013, S. 44). Infolgedessen wird dem Kind suggeriert, dass „Langweile“ als negativer Zustand wahrgenommen wird, der durch sofortige Medienzuwendung unterdrückt werden sollte. Das heranwachsende Kind lernt aufgrund dessen nicht, sich selbst zu beschäftigen und wird dadurch in der kindlichen Kreativität eingeschränkt (ebd., 2013, S. 44). Dabei ist es in der Lebenswelt der Heranwachsenden nahezu unmöglich, sich dem kontinuierlichen Medienkonsum zu entziehen. „Abstinentes Verhalten wie man es bei einer bestehenden Alkohol- und Drogenabhängigkeit anstrebt, ist praktisch nicht umsetzbar, will man die jungen Menschen nicht aus ihren sozialen Zusammenhängen reißen“ (Hajok/Rommeley, 2014, S. 2). Denn insbesondere digitale Medien spielen im Alltag der Jugendlichen eine kaum zu ersetzende Rolle. Der Konsum der internetfähigen Endgeräte unterzieht sich weitgehend äußerer Kontrolle, so dass jugendliche Besitzer unbeobachtet mit ihren Geräten umgehen können. Die Erkennung der problematischen Nutzung ist demnach

ein kaum nachzuvollziehender Prozess. Infolgedessen führen erst die nach außen sichtbaren Auswirkungen einer exzessiven Nutzung zu einer intensiven Beobachtung des Betroffenen (ebd., 2014, S. 2). Umso mehr wird die Forderung nach einem verantwortungsbewussten Medienumgang laut. Insbesondere im Jugendalter sollte demnach auf die Risiken einer exzessiven Mediennutzung hingewiesen werden, damit Heranwachsende ein gesundes Selbstbewusstsein im Umgang mit digitalen Medien entwickeln können (vgl. te Wildt, 2010, S. 345). Die Ausbildung einer weitreichenden Medienkompetenz bei Jugendlichen ist in der mediatisierten Gesellschaft unerlässlich.

In Deutschland unterstützt die Aufklärungsarbeit beispielsweise die Landesstelle für Suchtfragen. Aufgrund der gesteigerten Anfrage der Schulen wurde eine Aufklärungskampagne lanciert, welche von verschiedenen deutschen Bundesländern sowie die Techniker Krankenkasse unterstützt wird. Dabei wird in immer mehr deutschen Schulen eine exzessive Mediennutzung bemerkt. Als eine Maßnahme, um diesem Trend entgegenzuwirken, werden in Schulen Suchtberater ausgebildet, die eine „Cleaning Funktion“ übernehmen. Außerdem werden medienpädagogische Funktionen übernommen, die zeigen, dass ein problematisches Mediennutzungsverhalten behandelt werden kann (vgl. Meeßen-Hühne 2013: 133). Darüber hinaus wird insbesondere die Sensibilisierung gegenüber möglichen Suchtformen als ein wichtiges Projektziel eingeschlossen. Nicht nur Heranwachsende, sondern auch Erziehungsberechtigte und Lehrer sollen über die Problematik aufgeklärt werden und gegebenenfalls intervenieren.

4. Motive der Medienzuwendung

Wie bereits in den vorherigen Kapiteln dargestellt, ist der Medienkonsum junger Heranwachsender in den letzten Jahren immens angestiegen. Um zu erfahren, welche Auswirkungen die stetig zunehmende Smartphone-Nutzung auf die Generation der Digital Natives hat, ist es von besonderer Relevanz die Motive aufzuschlüsseln. Es bleibt zu klären, welche Bedeutung die unterschiedlichen Anwendungen im Leben der Heranwachsenden einnehmen. Um dieses Phänomen zu untersuchen, wurden in der vorliegenden Arbeit der Uses-and-Gratifications-Ansatz sowie die Theorie des Mood Management herangezogen. Im folgenden Kapitel wird zunächst ein allgemeiner Überblick über die Ansätze gegeben, um darauffolgend auf die spezifischen Motive der Smartphone-Nutzung einzugehen.

4.1. Uses-and-Gratifications-Ansatz nach Rosengren (1974)

Der Uses-and-Gratifications-Ansatz fokussiert die kommunikationswissenschaftliche Wirkungsforschung aus Perspektive des Publikums. Einen ersten kommunikationswissenschaftlichen Ansatz, welche Bedürfnisse mit den Massenmedien in Verbindung stehen, lieferte Karl Erik Rosengren im Jahre 1974. „Ausgangspunkt seiner Überlegungen bilden die Grundstruktur der jeweiligen Gesellschaft und das in ihr bestehende Mediensystem einerseits, andererseits biophysiologische und entwicklungspsychologische Gegebenheiten und Bedingungen sowie grundsätzliche menschliche Bedürfnisse“ (Bonfadelli, 2004, S. 5). Folglich befasst sich der Nutzen- und Belohnungsansatz insbesondere mit den Motiven der Mediennutzung und den zu erwarteten Bedürfnisbefriedigungen. Dieser publikumszentrierte Ansatz fokussiert damit vor allem die Einbeziehung des Rezipienten in diesem Sinne, zu welchem Zweck der Rezipient Medien in Anspruch nimmt. „Die Zuwendung zu bzw. die Nutzung von Medien wird als eine Form des sozialen Handelns verstanden, die aktiv, zielgerichtet und sinnhaft ist“ (S. 4). Abhängig von den eigenen Bedürfnissen bestimmt der Rezipient aktiv die Wahl des Medieninhalts in Ausrichtung an die damit verbundenen Erwartungen.

Die empirische Umsetzung des Uses-and-Gratifications-Ansatzes wird in der Nutzungsforschung behandelt. Der Kommunikationswissenschaftler Denis McQuail (1984), der zahlreiche Studien auf diesem Forschungsfeld durchgeführt hat, unterscheidet zwischen dem Bedürfnis nach:

- a) Information
- b) persönlicher Identität
- c) Integration und sozialer Identität
- d) Unterhaltung

Dabei wurden unter diesen Kategorien jeweils weitere Bedürfnisse wie beispielsweise das Verlangen nach meinungsbildenden Informationen oder Wissensvermittlung, die Suche nach Rollenvorbildern, Entspannung, emotionale Entlastung, Ablenkung oder Wirklichkeitsflucht aufgelistet (vgl. McQuail, 1984, S. 82-83). Um diese Bedürfnisse erfüllen zu können, sollten allerdings bestimmte Voraussetzungen beachtet werden, die der Rezipient an die Medienanwendung stellt. Basierend auf dem Uses-and-Gratifications-Ansatz stehen Medien in einem Konkurrenzverhältnis zueinander, aber ebenso zu nicht-medialen Quellen und buhlen um die Aufmerksamkeit des Publikums (vgl. Bonfadelli, 2004, S. 5). Um menschliche Wünsche und Bedürfnisse zu befriedigen werden Medien in selektiver Form genutzt. Dabei spiegelt die Medien-Zuwendung nicht nur Grundbedürfnisse wider, sondern kann ebenso Interessen realisieren (vgl. Rubin, 1994, S. 420). Im Idealfall tritt durch die Vielzahl der medialen Handlungsmöglichkeiten die Bedürfnisgratifikation ein, damit der Rezipient in Folge seiner aktiven Wahl eines Medieninhalts mit einem positiven Wohlbefinden belohnt wird.

Insbesondere seit der digitalen Revolution besitzen die Nutzer die „Qual der Wahl“, welches Medium sie für welches Bedürfnis verwenden. Dabei spielen außerdem die Empfehlung von Freunden, öffentliches Lob und Kritik, Promotion und natürlich der persönliche Geschmack eine relevante Rolle bei der Entscheidungsfindung (vgl. Oliver, 2014, S. 167). Es wird angenommen, dass bei der Medienselektion sowohl kognitive als auch affektive Motive angewendet werden. Um die gewünschte Befriedigung erreichen zu können, werden Medieninhalte zielgerichtet ausgewählt. Demzufolge verlangt die bewusste Medienwahl eine stärkere kognitive Teilnahme des Rezipienten. Allerdings können Bedürfnisse auch emotional gesteuert werden. So kann sich ein Verlangen nach einem humorvollen Video von dem einen auf den anderen Moment auflösen.

„(...) the importance of affect as a predictor of media choice becomes most critical, for it is at this level where individuals' feelings of affective states likely exert the most influence over what is selected and what is avoided“ (Oliver, 2014, S. 167).

Die Motive, welche auf der affektiven Komponente basieren, sollen primär das innere Gleichgewicht aufrechterhalten. Diese affektiven Entscheidungen werden demnach eingesetzt, um Spannungen zu reduzieren und eine innere Balance zu finden. Weiterhin

kann die Rezeption eines bestimmten Inhalts auch situationsspezifisch erfolgen. Zum Beispiel können Langeweile, ein Ausdruck der Freude, soziale und psychologische Bedingungen die Medienwahl beeinflussen. Damit besteht die Möglichkeit, dass auch zeitliche Umstände eine Rolle spielen. Die unterschiedlichen Motive verdeutlichen, dass die Zuwendung zu einem Medium von mehreren Faktoren beeinflusst wird (vgl. Batinic & Appel, 2008, S. 113). Umso relevanter sind die Forschungsergebnisse ausgewählter Studien, welche die Medienzuhwendung und die prognostizierte Bedürfnisbefriedigung untersuchen. Für die vorliegende Arbeit sind insbesondere Untersuchungen der digitalen Medien von Relevanz, so dass im Folgenden ausschnittsweise zwei Studien zu den Nutzungsmotiven des sozialen Netzwerks „Facebook“ vorgestellt werden, die einen Bezug zu der untersuchten Thematik herstellen.

Papacharissi und Mendelson (2011) entwickelten in ihrer Studie Kategorien, anhand dessen die Online-Aktivitäten der Nutzer verschiedenen Motiven zugeordnet werden konnten. Zukünftig wurde die Skala von weiteren Forschern adaptiert, da sie insbesondere zur Beschreibung der Online-Nutzung reliable Ergebnisse lieferte. Die Forscher fanden in ihrer Studie heraus, dass die Bedürfnisse durch einzelne Funktionen befriedigt werden. Dabei konnten vor allem die Gewohnheit, der Zeitvertreib und Unterhaltung als relevante Bedürfnisse bei der Nutzung von Facebook identifiziert werden. Eine weitere Studie, die auf dieser Thematik basiert, stammt von Smock, Ellison, Lampe, und Wohn (2011). Die Forscher untersuchten, inwieweit die Motive „facebook“ zu nutzen mit den ausgeführten Anwendungen in Zusammenhang stehen. Dabei ging es vor allem darum, herauszufinden ob das „Teilen“ von persönlichen Informationen eine Gratifikation bei den Probanden hervorruft. Die Ergebnisse zeigten, dass drei Nutzungsmotive - relaxing entertainment, expressive information und social interaction - in Zusammenhang mit der Verwendung des sozialen Netzwerks stehen. Damit wurde festgestellt, dass die Nutzer facebook insbesondere verwenden, um sich zu entspannen, weil sie Spaß an der Nutzung haben und unterhalten werden möchten. Weiterhin nehmen die Präsentation von persönlichen Informationen und die soziale Interaktion mit Freunden und Bekannten einen hohen Stellenwert ein.

Die experimentelle Studie von Park und Lee (2012) untersuchte wiederum die sozialen Auswirkungen der Smartphone-Nutzung koreanischer Studenten. Die Studie hatte die Absicht, eine Korrelation zwischen dem subjektiven Wohlbefinden und den Motiven der Smartphone-Nutzung zu eruieren. Da Kommunikation dazu beiträgt, dass Menschen soziale Beziehungen aufrechterhalten und das Smartphone einen wichtigen Faktor im

heutigen Kommunikationsverhalten darstellt, steht das mobile Endgerät nach Überlegungen der Forscher in direktem Zusammenhang mit dem persönlichen Wohlbefinden der Studierenden. Die Ergebnisse der Studie verdeutlichten, dass die Motive der Smartphone-Nutzung einen positiven Einfluss auf das „Bonding“ von Beziehungen haben. Gleichzeitig wurde allerdings das „Bridging“, also die langfristige Intensivierung einer Beziehung eher vernachlässigt.

Die Studien legen nahe, dass die Motive zur Verwendung des Smartphone direkt mit der Nutzung in Verbindung stehen. Wie die Studie von Park und Lee (2012) nachgewiesen hat können die Motive ebenso auf Gefühlszuständen basieren.

Der Uses-and-Gratifications Ansatz wurde in der Kommunikationswissenschaft in den letzten Jahren sehr umstritten diskutiert. Insbesondere der theoretische Teil gerät immer wieder in die öffentliche Kritik, da es sich hierbei mehr um eine Forschungsstrategie handele als um eine Theorie (vgl. Hugger, 2008, S. 173). Nichts desto trotz dient der Ansatz in der vorliegenden Arbeit als eine mögliche Ausgangsbasis für die Untersuchung der exzessiven Smartphone-Nutzung.

4.2. Konzept des Eskapismus

Der Uses-and-Gratifications-Ansatz steht in Verbindung zu dem Konzept des Eskapismus. Eskapismus wird begriffen als eine Art Rückzug aus dem Alltagsleben und Flucht vor anstehenden Konflikten. Diese Form der Realitätsflucht äußert sich durch die intensive Nutzung eskapistischer Medieninhalte. Der Medienkonsum bietet in diesem Sinne einen besonderen Anreiz: Einerseits kann das Individuum die realen Probleme des Alltags vergessen und taucht in einer Scheinwelt unter. Andererseits werden positive Emotionen ausgelöst, die dafür sorgen, dass der Rezipient frei von gesellschaftlichen Normvorstellungen in seiner selbst geschaffenen Lebenswelt handeln kann. Das subjektive Wohlbefinden, welches durch eskapistische Inhalte ausgelöst wird, ist verbunden mit dem Ziel, eine realitätsverzerrende Wirklichkeit zu kreieren, in der Träume und Sehnsüchte des Rezipienten bedient werden (vgl. Schenk, 2002, S. 629). Die Nutzung eskapistischer Inhalte ist die Folge gravierender gesellschaftlicher Veränderungsprozesse und die damit verbundene Isolation und in gewisser Hinsicht Überforderung des Individuums im Umgang mit der Realität. Aufgrund dessen erscheint die vorübergehende Flucht in eine Welt der Phantasie, die all das bietet, was in der Realität nicht existiert, als passende Lösung für die Konfliktbewältigung des Alltags. Im

Gegensatz dazu lassen sich mediale Inhalte, die an die objektive Realitätswahrnehmung appellieren, wie folgt beschreiben:

„Realitätsorientierte Inhalte können dagegen dadurch gekennzeichnet werden, dass sie (1) den Zuschauer auf die Probleme der Realität aufmerksam machen, (2) an seine Aktivität und Wachsamkeit appellieren, (3) zum Denken anregen, (4) realistisches Material anbieten und realistische Situationen darstellen, (5) Einsicht in Probleme bieten.“ (Schenk, 2007, S. 683)

Diese Inhalte fordern den Rezipienten kognitiv heraus und verlangen einen aktiven Umgang mit alltäglichen Konflikten. Es bieten sich dem Individuum zwei Chancen: Auf der einen Seite besteht die Möglichkeit aus der Realität auszubrechen und in eine kontrollierbare virtuelle Welt zu fliehen, auf der anderen Seite kann der Akteur aktiv handeln und sich offensiv mit der Realität auseinandersetzen.

4.3. Theorie des Mood-Managements nach Zillmann (1988)

Die Theorie des Mood Managements (Zillmann, 1988a, 1988b) stammt aus der Sozialpsychologie und besagt, dass Menschen Medien zur Regulierung ihrer Stimmung verwenden. Zillmann (1988a) postulierte in dieser Theorie, dass insbesondere jene Medieninhalte genutzt werden, welche einen positiven Erregungszustand hervorrufen und damit den aktuellen Stimmungszustand verbessern. „The core prediction of mood management theory claims that individuals seek out media content that they expect to improve their mood“ (Knoblock-Westerwick, 2006, S. 240). Die Theorie geht aus der „Selective Exposure Theory“ (Zillmann & Bryant, 1985) und dem Konzept des „Excitation Transfer“ (Zillmann, 1983) hervor.

Die Erregung wird dabei durch Komplexität, Neuigkeit oder einen besonders hohen Überraschungswert gesteuert, so dass im gewissen Sinne für den Rezipienten eine Mehrdeutigkeit des Medieninhalts besteht. Je größer demnach der Widerspruch zwischen dem, was im Gedächtnis unter dieser Erfahrung gespeichert wurde und dem wahrgenommenen Ereignis, desto intensiver die Erregung des Rezipienten. Zillmann definiert basierend auf diesen Annahmen vier Dimensionen, um diese Zustände zu beschreiben (1988b). Die erste Dimension, „excitatory potential“ soll zur Beeinflussung des Erregungszustands (arousal) mithilfe von formalen Mitteln wie Musik führen und damit das Level des aktuellen Zustands beibehalten oder steigern. Die zweite Dimension

„absorption potential“ beschreibt, dass negative Stimmungen durch die Rezeption bestimmter Inhalte und ein damit verbundenes starkes Involvement gesteuert bzw. vermieden werden können. Dabei führen spannende Medieninhalte mit der höchsten Wahrscheinlichkeit zu einem Stimmungswechsel. Die dritte Dimension „semantic affinity“ erläutert, dass Medieninhalte nur die Funktion der Ablenkung besitzen, wenn keine Ähnlichkeit zwischen dem aktuellen Stimmungszustand (Realsituation) und dem Medieninhalt besteht. Die vierte Dimension, „hedonic valence“ geht davon aus, dass die Stimmung infolge angenehmer Medieninhalte gesteigert und durch die Rezeption unangenehmer Medieninhalte wiederum verringert werden kann (vgl. Knobloch-Westerwick, 2006, S. 240). Die Theorie des Mood Managements verdeutlicht basierend auf diesen Dimensionen, dass Stimmungen intentional infolge gezielter Selektion reguliert werden können. Zillmann beschäftigt sich in seinen Forschungen zu dieser Theorie insbesondere mit Unterhaltungsangeboten. Den Menschen sieht der amerikanische Forscher als ein hedonistisches Wesen, das immer bestrebt ist den aktuellen Stimmungszustand zu optimieren. Dabei geht er davon aus, dass der Mensch infolge von Umwelteinflüssen ständig bestrebt ist positive Stimmungen aufrecht zu erhalten und zu steigern sowie negative Erregungszustände zu vermeiden. In diesem Zusammenhang spricht Zillmann (2004) von „emotionaler Selbstmedikation“ (S. 121). Dabei spielt insbesondere der positive Erfahrungswert, der mit der Medienrezeption einher geht eine relevante Rolle. Rezipienten, die mit einer bestimmten Medienzuhaltung ein positives Gefühl verbinden, werden sich diesem Medium erneut zuwenden. Infolgedessen neigen Rezipienten oftmals dazu dieselben Inhalten zu rezipieren.

Zu den Motiven der selektiven Medienzuhaltung sowie dem damit einhergehenden wechselnden Stimmungs- und Erregungszuständen wurden zahlreiche Studien durchgeführt (Burst 1999; Brosius & Weaver 1994). Eine der bekanntesten Studien stammt von Burst (1999), der untersuchte inwiefern Persönlichkeitseigenschaften und „Sensation Seeking“ einen Einfluss auf die TV Genre Präferenzen besitzen. Die Ergebnisse der Studie zeigten, dass insbesondere kreative Probanden sich eher den Informationskanälen zuwenden, wohingegen eher depressive, gewissenhafte und verträgliche Nutzer positive Inhalte mit einer Beziehungskategorie vorziehen. Dies verdeutlicht eine starke Verbindung zu den theoretischen Befunden der Mood Management Theorie. Gleichwohl wurde in Bezug auf die vier Dimensionen nach Zillmann vielfach Kritik geäußert, da einige Untersuchungsergebnisse stark abwichen (Schramm & Wirth, 2006). Es wurde nachgewiesen, dass Medien nicht nur zur positiven

Stimulation rezipiert werden (Oliver, 1993; Schramm, 2005). Weiterhin haben auch Persönlichkeitsmerkmale nach dem Fünf-Faktoren-Modell einen Einfluss auf die Rezeption (Schramm, 2005; Wunsch, 2001). Knobloch-Westwick (2006) hat außerdem gezeigt, dass es in der Medienanwendung geschlechtsspezifische Unterschiede gibt. Sie weist darauf hin, dass insbesondere Frauen der Theorie des Mood Managements eher entsprechen als Männer, welche sich bei negativem Stimmungszustand nicht immer positiven Medieninhalten zuwenden. Die aufgeführten Theorien zeigen, wie vielfältig sich Nutzungsmotive und damit einhergehende Gratifikationen erklären lassen. Dabei zeigt sich, dass individuelle Bedürfnisse vielschichtig und von verschiedenen Faktoren abhängig sind.

4.4. Nutzertypologien

Mediennutzer weisen differenzierte Nutzungsgewohnheiten auf, die über eine bestimmte Periode hinweg ein wiederkehrendes Muster beschreiben. Basierend auf den Nutzungsmerkmalen werden verschiedene Rezipientengruppen gebildet, die sich wiederum zu einer Nutzertypologie zusammenführen lassen. Das heißt, dass sich die Rezipienten innerhalb einer Gruppe so wenig wie möglich in ihren Nutzungsgewohnheiten unterscheiden sollten (Prinzip der Homogenität). Währenddessen nimmt das Unterscheidungskriterium bei dem Prinzip der Heterogenität wiederum eine relevante Rolle ein (vgl. Treumann, Burkatzki, Strotmann & Wegener, 2007, S. 195). Auf dieser Basis untersuchten Baacke, Vollbrecht und Sander (1990) die Mediennutzungsgewohnheiten Jugendlicher. Es ließen sich drei Nutzungsgruppen identifizieren: Die angebotsorientierten, die häuslichen sowie die aktiven Nutzer. Neben der Mediennutzung selbst wurden insbesondere die Bildung der Jugendlichen sowie die Schulbildung der Eltern, der ländliche oder städtische Lebensraum und die Freizeitaktivitäten der Heranwachsenden als relevante Faktoren untersucht. Die Studie verdeutlichte, dass vor allem sozialökologische Merkmale bei der Erstellung von Nutzertypologien eine entscheidende Rolle spielen. Treumann et al. (2007) führten eine weitere Analyse zu den Nutzungsmotiven Jugendlicher durch. Dabei wurde die übergreifende Mediennutzung in Verbindung mit der vorliegenden Medienkompetenz der Jugendlichen untersucht. Anhand der empirischen Befunde wurden sieben homogene Gruppen bestimmt: Bildungsorientierte, Positionslose, Kommunikationsorientierte, Konsumorientierte, Allrounder, Deprivierte und Gestalter. Um diese Ergebnisse weiter zusammenzufassen, fokussierten die Forscher nicht nur die Bildung von Nutzertypen, sondern ebenso die Untersuchung der vorherrschenden Medienkompetenz. Es zeigte

sich, dass ein formal hohes Bildungsniveau dazu beiträgt, dass Jugendliche sich verschiedene mediale Funktionen besser aneignen können.

Da infolge der Revolution der digitalen Medien eine immense Vielfalt an Nutzungsoptionen entstanden ist, so dass die Nutzer aus unbegrenzten Inhalten und Anwendungen je nach Präferenz auswählen können, besteht die Schwierigkeit die individuellen Nutzungsmuster eindeutig zuzuordnen. Die Relevanz dieser Thematik wird jedoch durch immer wiederkehrende Forschungsergebnisse untermauert. So untersuchten die deutschen Forscher Wolfradt und Doll (2001) insbesondere die Motive der Internetnutzung von Jugendlichen. Die Forscher fanden heraus, dass spezifische Persönlichkeitsmerkmale die Motive der Mediennutzung beeinflussen. Dies bedeutet, dass Internetnutzer in einer virtuellen Umgebung dieselben Informations-, Kommunikations- sowie Unterhaltungsmotive befriedigen, wie auch im realen Leben. In einer weiteren Studie mit Studierenden widmeten sich Wolfradt und Doll (2005) gezielt der Persönlichkeitsstruktur der Internetnutzer. Dabei wurde untersucht, inwieweit Persönlichkeitsmerkmale die Dauer der Onlinezeit sowie eine spezifische Nutzung des Internets bestimmen. Die Ergebnisse konnten drei Arten des Internetgebrauchs identifizieren: Erstens die instrumentell-unterhaltungsorientierte Internetnutzung (Musik und Filme downloaden), zweitens die kommunikative Internetnutzung (Chatten, Emails) und drittens die informationsorientierte Internetnutzung (Informationen im Internet suchen). Die Ergebnisse der Studie machen vor allem auf die differenzierten geschlechtsspezifischen Nutzungsweisen aufmerksam.

Abschließend soll die komparative Studie von Hasebrink, Livingstone und Haddon (2008) erwähnt werden. Diese weist auf vielseitige Hoffnungen und Chancen im Hinblick auf den allgegenwärtigen Internetzugang für Jugendliche hin. Gleichzeitig beschreibt die Studie jedoch auch die Risiken und Ängste, welche mit dieser Thematik verbunden sind. Auf Basis der Ergebnisse der vergleichenden Studie wurden die Jugendlichen in drei Gruppen von Nutzern eingeteilt. Demnach nehmen die Heranwachsenden entweder die Rolle des Urhebers, des Teilnehmers oder schlicht des Rezipienten ein. Je nach Motiv werden unterschiedliche Rollen verteilt. Als Rezipient rezipieren sie die Inhalte ohne jeglichen Einfluss, als Teilnehmer geht es um die interpersonale Kommunikation mit den Peers, in der Rolle des Urhebers wiederum sind die Jugendlichen aktiv ein Teil der Internetgemeinschaft, indem sie selbst Inhalte verfassen (Hasebrink et al., 2008, S. 8). Jugendliche schlüpfen demnach während ihrer Online-Zeit in unterschiedliche Rollen. Wenn Jugendliche beispielsweise in der Rolle des Akteurs handeln, können

Verhaltensrisiken auftreten. Es besteht die Möglichkeit, dass exzessiver Internetkonsum dazu führt, dass soziale Begegnungen vermieden werden, um die Zeit online länger nutzen zu können (vgl. Dreyer & de Oliveira, 2013). Es wird davon ausgegangen, dass der Weg dorthin ein schleichender Prozess ist, welcher bis in die frühe Kindheit reichen kann.

Wie dieses Kapitel bereits aufgezeigt hat, wurde innerhalb der letzten zwei Jahrzehnte das jugendliche Mediennutzungsverhalten immer wieder intensiv in verschiedenen Varianten typologisiert. Dabei wurden zahlreiche Nutzungstypologien über die Breite der Medien hinweg erstellt. Für die vorliegende Arbeit sollen allerdings nicht nur die Typologien anhand der Nutzungsgewohnheiten einen Anreiz der Untersuchung bieten, sondern ebenso Persönlichkeitsmerkmale der Nutzer einbezogen werden.

5. Persönlichkeitsanalyse nach dem Fünf-Faktoren-Modell

Um die im vorherigen Kapitel beschriebenen Nutzungstypologien noch erweitern zu können und damit einen tieferen Einblick in das Mediennutzungsverhalten zu erhalten, wird im Folgenden das psychologische Konzept des Fünf-Faktoren-Modells der Persönlichkeit vorgestellt, welches sich in der Wissenschaft zunehmend etabliert hat.

Die rasche Verbreitung der digitalen Medien verstärkt die Notwendigkeit insbesondere die psychologischen und sozialen Auswirkungen dieses globalen Phänomens zu erforschen. Auf Basis psychologischer Verfahren und mithilfe valider Messinstrumente ist es möglich festzustellen, aus welchem Grund die Nutzer in welcher Form handeln. Insbesondere die Persönlichkeitsmerkmale des Nutzers spielen eine relevante Rolle, da diese auf menschlichen Gefühlen, Gedanken sowie den individuellen Verhaltensweisen basieren. Diese relativ konsistenten Strukturen der Persönlichkeit steuern menschliche Handlungen und haben damit einen enormen Einfluss auf die Nutzungsweise der Medien (Barrick/Mount 1991, Digman 1989 sowie Kochanska et al. 2004).

5.1. Die Big Five

Die sogenannten „Big Five“, ein psychologisches Konzept, um individuelle Persönlichkeitsunterschiede zu erfassen, findet seit den 1980er Jahren international breite Akzeptanz (Asendorpf, 2004; Goldberg, 1981; John & Srivastava, 1999). Dabei tritt dieser Ansatz nicht nur in der Persönlichkeitsforschung auf, sondern wird darüber hinaus auch in weiteren Teilbereichen der Psychologie verwendet. Insbesondere die Tatsache, dass die Big Five sowohl über einen theoretischen, als auch über einen empirischen Rahmen zur Persönlichkeitsanalyse verfügen, erklärt die breite wissenschaftliche Resonanz. Basierend auf dem Ansatz besteht demnach die Annahme, dass sich Verhaltensweisen auf fünf Persönlichkeitsdimensionen zurückführen lassen.

- 1) Neurotizismus (N)
- 2) Extraversion (E)
- 3) Offenheit für Erfahrungen (O)
- 4) Verträglichkeit (V)
- 5) Gewissenhaftigkeit (G)

Diese fünf Dimensionen ergeben ein nachvollziehbares sowie verständliches Koordinatensystem, in welches Persönlichkeitsmerkmale verlässlich aufgeschlüsselt werden können (vgl. Lang & Lüdtke, 2005, S. 29). Dabei werden die persönlichen Eigenschaften als „stabile Beziehungen zwischen den Situationen und den Reaktionen einer Person“ beschrieben (Asendorpf, 2004, S. 36). Folglich lassen sich wiederkehrende situationsabhängige Verhaltensweisen als Eigenschaften manifestieren. Individuen unterscheiden sich demnach in ihren Verhaltens- und Erlebensweisen. Die mit den Big Five verbundenen beschreibenden Adjektive, welche eine Reihe von Forschern in ihren Studien bestätigt haben, sind folgende:

Tabelle 2. Darstellung der Big Five nach McCrae & John

Eigenschaften	Adjektive
Extraversion (E)	Active, Assertive, Energetic, Enthusiastic, Outgoing, Talkative
Agreeableness (A)	Appreciative, Forgiving, Generous, Kind, Sympathetic
Conscientiousness (C)	Efficient, Organized, Planful, Reliable, Responsible, Thorough
Neuroticism (N)	Anxious, Self-pitying, Tense, Touchy, Unstable, Worrying
Openness to Experience (O)	Artistic, Curious, Imaginative, Insightful, Original, Wide Interests

(vgl. McCrae & John, 1992, S. 178-179)

Diese verhelfen dazu, jedes Individuum nach persönlichen Merkmalen zu analysieren und erweitern das Analysespektrum. Das individuelle Ausmaß dieser Dimensionen ist allerdings nicht immer in gleicher Form ausgeprägt. Gleichwohl können die Big Five in weitere Subkategorien untergliedert werden, die aus alltäglichen Verhaltenspraktiken sowie sozialen Interaktionen resultieren. Daraus ergeben sich interindividuelle Differenzen in Bezug auf Einstellungen und Motivationen jedes Einzelnen. Mithilfe der Big Five werden demzufolge nicht nur fünf Merkmale aufgeführt, sondern gleichzeitig eine Vielzahl individueller Eigenschaften der menschlichen Persönlichkeit aufgegriffen.

5.2. Historische Entwicklung des Modells

Die geschichtliche Entwicklung des Ansatzes ist in zwei unterschiedlichen Traditionen der faktoranalytischen Persönlichkeitsforschung begründet. Es entwickelten sich darauf basierend zum einen der „psycho-lexikalische Ansatz“ nach Gordon Allport (1937) und Raymond Cattell (1946), zum anderen der Ansatz nach der differentiellen, klinischen Tradition der Persönlichkeitsforschung von William Stern (1911) und Hans Eyseneck (1947). Im Folgenden wird die Entstehung beider Ansätze kurz erläutert.

Der psycho-lexikalische Ansatz geht davon aus, dass mithilfe von persönlichkeitsbeschreibenden Begriffen die Verhaltensunterschiede zwischen Personen erklärt werden können. Der Psychologe Allport (1936) analysierte tausende personenbezogene Persönlichkeitsmerkmale, die er aus dem anglo-amerikanischen Sprachgebrauch identifizierte. Erst Jahre später wurden die 4505 Begriffe von Cattell (1946) auf 35 Variablen geschmälert und weiterhin von den Forschern Tupes & Christal (1992) auf die entscheidenden „Big Five“ reduziert. Inhaltlich entsprach dieses fünf-faktorielle Design bereits dem heutigen Ansatz. Im Gegensatz dazu ist die differenzielle klinische Perspektive ist von dem britischen Psychologen Hans Eyseneck (1947) geprägt worden. Dieser ging zunächst von zwei Persönlichkeitsstrukturen, der Extraversion sowie dem Neurotizismus, aus. Einige Jahre später wurde eine weitere Dimension, der Psychotizismus, hinzugefügt. Etwa Mitte der 1980er Jahre erweiterten die Forscher McCrae und Costa (1987) erneut das Modell und ergänzten zusätzlich zu den bisherigen Dimensionen (Neurotizismus, Extraversion und Offenheit) zwei weitere Faktoren - Verträglichkeit und Gewissenhaftigkeit. Infolge der starken Konvergenz zwischen beiden Ansätzen wurden sie innerhalb der nächsten Jahre zu einem einheitlichen Fünf-Faktoren-Modell zusammengefasst (vgl. Lang & Lüdtke, 2005, S. 31).

Zur Messung der Big Five gibt es verschiedene Verfahren, die eingesetzt werden. Eines der bekanntesten ist das „NEO-Personality Inventory (NEO-PI-R)“ nach Costa & McCrae (1992). Es besteht aus 240 Items und selbst die revidierte Adaption noch aus 60 Items. Eine Alternative zur Ermittlung der Big Five ist das „Big Five Inventory (BFI)“ nach John, Donahue & Kentle (1991). Eine lange Zeit galt es als das kürzeste standardisierte Verfahren, welches immerhin noch 44 Items umfasst hat. Dabei ging es primär darum, die „prototypischen fünf Faktoren zu erfassen und somit den gemeinsamen Kern der verschiedenen Fünf-Faktoren-Ansätze abzubilden“ (Rammstedt/John 2005: 196). Zahlreiche Studien haben gezeigt, dass das BFI ein sehr reliables und valides

Messinstrument ist (Benet-Martunéz/John 1998; John & Srivastava 1999). Um diese Version des BFI weiter zu verkürzen und damit die Bearbeitungszeit zu verkürzen, führten Rammstedt und John (2005) eine weitere Untersuchung durch. Den Forschern gelang es die 45 Items der deutschen Version des BFI auf 21 Items zu reduzieren. In zwei weiteren Studien wurde die neue Version BFI-K auf psychometrische Kennwerte geprüft. Die Adaption wurde seither als „hinreichend reliabel und stabil“ eingestuft (Rammstedt & John, 2005, S. 203). Das BFI-K eignet sich demnach nicht nur für Untersuchungskontexte mit einem festen Zeitrahmen, sondern gleichwohl für die valide Erfassung der individuellen Persönlichkeit. Insbesondere Gruppenvergleiche sowie Zusammenhangsanalysen stehen bei diesem Verfahren im Fokus der Betrachtung. Demnach wird auch in der vorliegenden Arbeit diese Kurzversion des BFI-K verwendet, um eine nachvollziehbare Persönlichkeitsanalyse zu garantieren.

Trotz der breiten Akzeptanz in der Persönlichkeitsforschung ist der Ansatz jedoch keineswegs unumstritten. Im Folgenden kann aus Platzgründen nicht das volle Ausmaß der Kritik wiedergegeben werden. Primär kritisieren Forscher allerdings, dass das Modell auf „alltagspsychologischen Ähnlichkeitsurteilen“ basiere, welche außerdem von Laien getroffen werden (Lang & Lüdtke, 2005, S. 32). Gleichwohl wurde geäußert, dass die im Alltag oft verwendeten Dimensionen zur Beschreibung von sich ähnelnden Merkmalen und deren Zusammenhang meist ungeeignet für eine tiefgreifende Analyse seien. Es stellt sich weiterhin die Frage, ob Persönlichkeitsunterschiede zwischen Individuen auf Basis von fünf Beschreibungsdimensionen vorgenommen werden können. Mit diesem Vorwand wird insbesondere die allgemeine Gültigkeit des Ansatzes hinterfragt. Einige Forscher sind der Überzeugung, dass einige Persönlichkeitseigenschaften wie beispielsweise „Optimismus“ als relevante Dimension in dem Big Five Ansatz und deren Subdimensionen nicht eindeutig zuzuordnen ist. Infolgedessen besteht die Schwierigkeit, dass die gewissenhafte Erfassung der Persönlichkeitsunterschiede nicht immer gewährleistet werden kann (S. 33).

5.3. Ausgewählte Studien

Bisherige Studien zu der Thematik, wie sich die Persönlichkeit in Bezug auf die Anwendung von neuen Medien verhält, bestätigen, dass eine Wechselwirkung besteht. Insbesondere neue Medien verdeutlichen den enormen Einfluss der Persönlichkeit auf das Nutzungsverhalten, denn mittels dieser kann der Nutzer seine Bedürfnisse aktiv

steuern. Der Big Five Ansatz wurde bisher insbesondere bei der Internetforschung angewendet. Studien deuten beispielsweise darauf hin, dass jene Nutzer, bei denen die Eigenschaft der Extraversion stark ausgeprägt ist, Medien primär für unterhaltende Inhalte und zur Kommunikation nutzen. Dabei werden extravertierte Personen als sehr aktiv, kontaktfreudig und gesellig beschrieben. Dies bestätigt sich vor allem anhand der Nutzung von Internetdiensten, welche die Interaktion fördern wie beispielsweise das Chatten oder die Kontaktpflege mithilfe von Emails (Lane & Manner, 2012; Wolfradt & Doll, 2001). Nutzer, bei denen wiederum die Eigenschaft der Gewissenhaftigkeit stark ausgeprägt ist, verbringen viel Zeit damit Informationen zu suchen, um ihre Leistungen ständig zu verbessern. Des Weiteren gilt die Eigenschaft Gewissenhaftigkeit als Synonym für Effizienz, Organisation, Zuverlässigkeit und Verantwortung. Es wird angenommen, dass Personen, die sehr gewissenhaft sind, Anwendungen nutzen um ihre Produktivität zu steigern (Lane & Manner, 2012). Es zeigte sich außerdem, dass diese Nutzer zu einem engen Freundeskreis regelmäßigen Kontakt pflegen (Chittaranjan, Blom, Gatica-Perez, 2013). Nutzer mit einer hohen Offenheit wurden in den Forschungsergebnissen als sehr kreativ, künstlerisch und vielseitig interessiert beschrieben (McCrae & John, 1992).

Wenn es um das Mobiltelefon- sowie Smartphone-Nutzungsverhalten geht, wurden in früheren Studien insbesondere die traditionellen Funktionen wie SMS schreiben/ erhalten sowie das Telefonieren der Nutzer untersucht (Butt & Phillips, 2008). In der Studie von Chittaranjan et al. (2011) analysierten die Forscher personenbezogene Daten in Zusammenhang mit der Smartphone-Nutzung. Insbesondere psychologische, soziale sowie ökonomische Faktoren, welche sich durch das rapide Wachstum des Technologiemarktes verändert haben, sollten in die Studie einbezogen werden. Die Forscher sammelten über 8 Monate hinweg die Smartphone-Nutzungsdaten ihrer Probanden. Die Software, welche am Smartphone der Probanden installiert wurde, erfasste dabei Daten über die Anrufe, SMS, Bluetooth Scans sowie die Nutzung von Applikationen. Durch die sozialen Interaktionen, welche täglich mithilfe des Smartphones erfolgen und daraus abgeleitet die persönlichen Bedürfnisse des Besitzers, könnte die Nutzung individueller Merkmale widerspiegeln. So zeigten die Ergebnisse, dass eine introvertierte Person sich anders verhält, als eine extravertierte Person. Weiterhin wurde deutlich, dass Nutzer, die sehr extravertiert und verträglich eingestuft werden mehr Anrufe entgegengenommen haben und auch mehr Zeit mit dem Telefonieren verbringen (Extraversion & Agreeableness) (Chittaranjan et al., 2011/2013). Dies weist darauf hin, dass diese Personen sehr kommunikativ sind und auch mobil mit Freunden und Familie

in Kontakt stehen möchten. Dies widerspricht den bisherigen Forschungsergebnissen anderer Studien (Butt & Phillips, 2008). Des Weiteren zeigte sich, dass Nutzer, die als sehr selbstsüchtig, unkooperativ und egoistisch eingestuft wurden, vorwiegend die Nachrichtenfunktion zur Kommunikation verwenden (Disagreeableness) (Costa & McCrae, 1992). Außerdem wurde nachgewiesen, dass die Nutzer, welche als verschlossen eingestuft wurden, sich eher der Nachrichtenfunktion hingeben (Low-openness). Weiterhin zeigten die Ergebnisse, dass Introversion mit einer höheren Internetnutzung einhergeht. Weitere Studien zeigen ähnliche Ergebnisse in diese Richtung (Amichai-Hamburger, Wainapel, Fox, 2002; Chittaranjan et al. 2011/2013; Kraut, Patterson, Lundmark et al. 1998).

Hinsichtlich geschlechtsspezifischer Unterschiede wurde deutlich, dass die häufige Nutzung der Nachrichtenapplikation weiblichen Probandinnen mit emotionaler Stabilität zugeordnet wurde, bei männlichen Probanden konnte sich dieser Zusammenhang nicht finden lassen. Des Weiteren fanden die Forscher heraus, dass weibliche Probanden, welche sehr offen sind, sich gerne unterhaltenden Inhalten zuwenden (Videos, Musik). Im Gegensatz dazu zeigten diese Präferenz eher männliche Probanden, die sehr verschlossen waren (Chittaranjan et al., 2013).

Es ist allerdings darauf hinzuweisen, dass eine Vielzahl der veröffentlichten Studien zu dieser Thematik sehr heterogene Ergebnisse aufweisen. Dies ist mitunter auf die Methodenvarianz zurückzuführen. Denn bei den Untersuchungen wurden meist unterschiedliche Messinstrumente zur Erfassung der fünf Dimensionen verwendet. Zudem unterscheiden sich eine Vielzahl der Stichproben in Bezug auf soziodemografische Merkmale sowie dem Alter der Probanden. Darüber hinaus spielt auch die bisherige Dauer der Medienzuwendung eine relevante Rolle. Langjährige Nutzer haben demnach möglicherweise andere Nutzungsgewohnheiten und unterscheiden sich in ihren Verhaltensmustern (vgl. Renner & Schütz, 2005, S. 465).

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass nicht nur Nutzungsmotive, sondern ebenso Persönlichkeitsmerkmale einen Einfluss auf das Smartphone-Nutzungsverhalten besitzen, so dass es für die vorliegende Arbeit unumgänglich ist diese Faktoren in die Untersuchung einzubeziehen.

6. Hypothesen

6.1. Einfluss von Geschlecht & Bildung

Infolge der autarken Verwendung des Smartphones haben Jugendliche die Möglichkeit fernab jeglicher Kontrollmechanismen das mobile Gerät unentwegt zu nutzen. Die stetig ansteigende mobile Nutzung verdeutlicht dabei die Bedeutung des Smartphones im Alltag der Heranwachsenden. Je nach Nutzungspräferenz bietet das Smartphone eine passende Applikation und kann damit verschiedene Interessen abdecken. Geschlechtsspezifische Unterschiede in der Nutzung wurden bereits in zahlreichen Studien nachgewiesen (Chittaranjan et al., 2013; Mpfs, 2014; Rumpf et al. 2011). Um auch in der vorliegenden Arbeit den Einfluss des Geschlechts und der Bildung zu überprüfen, wird als abhängige Variable die wahrgenommene Nutzungshäufigkeit getestet. Die Annahmen führen zu folgender Hypothese:

H1: Das Geschlecht und die Bildung der Probanden haben einen Einfluss auf die wahrgenommene Nutzungshäufigkeit.

Die zweite unabhängige Variable stellt die Einstellung gegenüber dem Smartphone dar. Allgemein wird die Einstellung als eine „psychologische Tendenz, die dadurch zum Ausdruck kommt, dass man ein bestimmtes Objekt mit einem gewissen Grad an Zuneigung oder Abneigung bewertet“ verstanden (Eagly & Chaiken, 1993, S.1). Es kann sich dabei beispielsweise um eine soziale Gruppe oder Individuen, als auch um ein spezifisches Objekt oder ein abstraktes Konzept handeln (vgl. Bohner & Wähneke, 2002). Diese Einstellungskomponenten können dabei Aufschluss über die medialen Nutzungspräferenzen liefern und geben einen Eindruck inwiefern das Smartphone eine prioritäre Stellung im Alltag der Jugendlichen einnimmt. Basierend auf diesem Ausgangspunkt soll in der vorliegenden Arbeit durch die folgende Hypothese geprüft:

H2: Das Geschlecht und die Bildung der Probanden haben einen Einfluss auf die Einstellung gegenüber dem Smartphone.

6.2. Motive der Nutzung

Der Einfluss der Motive wird auf mehreren Ebenen mit unterschiedlichen abhängigen Variablen getestet. Einerseits mithilfe der „Compulsive Internet Scale (CIUS)“ nach Meerkerk et al. (2009), die in ihrer komprimierten Form die Gefährdung einer Verhaltensabhängigkeit bestimmen kann. Andererseits mithilfe der „Smartphone Addiction Scale“ nach Bian & Leung (2014), welche verschiedene Abhängigkeitssymptome kategorisiert. Dabei wird eine Abhängigkeit durch eine übermäßige Nutzung erklärt, welche unweigerlich negative Konsequenzen im Sozial- wie auch Berufsleben mit sich bringt. Wie Griffiths (2011) verdeutlicht, begünstigt das Internet infolge seiner leichten Zugänglichkeit, der Anonymität sowie der fehlende Kontrolle von außen, die Ausprägung einer exzessiven Verhaltensform. Diese Eigenschaften gelten ebenso für die Nutzung des Smartphone und stellen damit ein erhöhtes Risiko für die Ausprägung einer Verhaltensabhängigkeit dar. Zu den Motiven der Verwendung des Smartphone werden laut der JIM Studie (2014) vier relevante Dimensionen aufgezeigt (Kommunikation, Unterhaltung, Information und Spiele). Wie auch Bian & Leung (2014) in ihrer Studie feststellt, entwickelt sich eine Form der Abhängigkeit oft aus einer Gewohnheit heraus. Aus diesem Grund wird auch in der folgenden Hypothese das Motiv der Gewohnheit aufgegriffen:

H3: Jugendliche, die ihr Smartphone primär zur Entspannung und aus Gewohnheit nutzen, haben ein höheres Risiko eine Verhaltensabhängigkeit zu entwickeln.

H4: Für Jugendliche, die das Smartphone primär aus Gewohnheit sowie zur Flucht in eine virtuelle Realität verwenden, wird die Nutzung zu einem beherrschenden Gedanken.

Infolge der zahlreichen Funktionen des Smartphones wird das Gerät nicht nur im traditionellen Sinne zur Kommunikation verwendet, sondern dient auch zum Zweck der Selbstdarstellung und Präsentation (Hasebrink et al., 2008). Insbesondere durch soziale Netzwerke, wie „Facebook“ oder „Instagram“ können die Nutzer persönliche Information teilen, aber auch sich selbst darstellen und somit eine neue Identität in einer virtuellen Realität entwickeln. (Fröhlich & Lehmkuhl, 2012). Dabei geht es nicht nur darum persönliche Informationen zu teilen, sondern ebenso um eine neue Form der sozialen Interaktion mit der Peer Group. Soziale Netzwerke werden zu einem virtuellen Raum, in dem sich Jugendliche begegnen, um Selbstbilder zu präsentieren (Renner & Schütz,

2005). Es wird daher vermutet, dass diese Probanden infolge der hohen Nutzungszeit ein höheres Risiko haben eine mögliche Verhaltensabhängigkeit zu entwickeln.

H5: Jugendliche, die mit dem Smartphone primär kommunizieren sowie gerne persönliche Informationen über ihr Leben teilen, haben ein höheres Risiko eine Verhaltensabhängigkeit zu entwickeln.

Insbesondere Erregungsstände spielen bei der Zuwendung von Medien eine relevante Rolle. Um das positive Gefühl, welches sich durch angenehme Erfahrungen im Gedächtnis des Nutzers manifestiert erneut verspüren zu können, wird dasselbe Medium, bzw. dieselbe Funktion wieder und wieder verwendet (Zillmann, 1988a). Bei der Nutzung des Smartphones nimmt die Kommunikation bei der Mehrheit der Nutzer den höchsten Stellenwert ein. Sei es mithilfe traditioneller Funktionen via SMS oder Telefonat oder mittels „moderner Methoden“ via Messenger, Videotelefonie sowie sozialer Netzwerke. Nutzer, die sich oftmals allein fühlen, versuchen mithilfe dieser Kommunikationstechnologien diese Einsamkeit zu kompensieren. Bian & Leung (2014) machten bereits in ihrer Studie darauf aufmerksam, dass insbesondere Schüchternheit sowie Einsamkeit in Zusammenhang mit einer Abhängigkeit stehen können. Basierend auf dieser Annahme soll in der vorliegenden Arbeit folgende Hypothese getestet werden:

H6: Jugendliche, die das Smartphone primär nutzen, um mit Freunden und der Familie in Kontakt zu bleiben, sind verunsichert und fühlen sich verloren, wenn das Smartphone nicht verfügbar ist.

Das Motiv nach unterhaltenden Inhalten weist für Heranwachsende ein gesteigertes Attraktionspotential auf und soll in der vorliegenden Arbeit näher untersucht werden. Die ständige Verfügbarkeit steigert dabei vor allem bei Jugendlichen das Verlangen nach solchen Angeboten (Müller et al., 2012). Dabei werden unterhaltende Inhalte vorwiegend primär genutzt, um Bedürfnisse der Ablenkung und des Zeitvertreibs zu befriedigen (McQuail, 1984). Ferner wurde bereits nachgewiesen, dass sich insbesondere durch die regelmäßige Rezeption ein exzessives Konsummuster entwickeln kann. Es wird daher angenommen, dass Personen, die das Smartphone vorwiegend zu Unterhaltungszwecken nutzen, eher zu einem problematischen Nutzungsmuster neigen. Im Gegensatz dazu tendieren die Personen, die ihr Gerät vor allem zur Informationssuche sowie zur Vorbereitung von Hausaufgaben verwenden nicht dazu das Gerät unentwegt zu nutzen.

H7: Jugendliche, die das Smartphone primär zu Unterhaltungszwecken nutzen, sind weniger in der Lage das Verlangen nach dem Smartphone zu kontrollieren, als diejenigen, die es zum Lernen nutzen.

6.3. Einfluss der Persönlichkeitsmerkmale

Bei den folgenden Hypothesen wird ein Bezug zu den Persönlichkeitseigenschaften der Probanden hergestellt. Demzufolge soll untersucht werden, inwiefern persönliche Eigenschaften einen Einfluss auf ein mögliches Risiko für eine Verhaltens- bzw. Smartphone-Abhängigkeit beinhalten. Zur Analyse der Persönlichkeit der Probanden soll der Big Five Ansatz nach Rammstedt & John (2005) herangezogen werden. Es wird dabei angenommen, dass die fünf Dimensionen erklären können, welche Merkmale zu einer starken Smartphone-Zuwendung beitragen. Dabei verdeutlichen bereits einige Studien zur Internetnutzung, dass bestimmte Persönlichkeitsmerkmale in Zusammenhang mit der Nutzung stehen. So wurde beispielsweise nachgewiesen, dass extravertierte Personen ein stärkeres Kommunikations- und Geselligkeitsbedürfnis besitzen und sich aus diesem Grund eher kommunikationsbasierten medialen Angeboten wie beispielsweise der Chat- oder Emailfunktion zuwenden (Wolfradt & Doll, 2001). In der folgenden Hypothese wird deshalb angenommen, dass diese Personen aufgrund ihrer starken Extravertiertheit eher die reale soziale Interaktion bevorzugen und sich folglich dem Smartphone nur reinen Kommunikationszwecken widmen.

H8: Jugendliche, die sich sehr offen gegenüber neuen Erfahrungen zeigen und sehr extravertiert sind, neigen eher nicht dazu eine Smartphone-Abhängigkeit zu entwickeln.

Es wurde bereits nachgewiesen, dass Personen, die sehr extravertiert sind aufgrund ihrer Geselligkeit stets mit anderen in Kontakt stehen. Diese Personen zeichnen sich insbesondere durch ihre Aktivität und Kontaktfreudigkeit aus (Lane & Manner, 2012; Wolfradt & Doll, 2001). Menschen, die an einer Form der Verhaltensabhängigkeit leiden, nehmen infolge ihres exzessiven Verhaltens allerdings negative soziale Konsequenzen hin. Damit geht eine Reduzierung der sozialen Kontakte einher (Petry, 2010). Es wird angenommen, dass der Verlust des sozialen Kontaktnetzes für extravertierte Personen als sehr negatives Ereignis wahrgenommen wird, so dass die Entwicklung einer Verhaltensabhängigkeit eher unwahrscheinlich wird. Daraus lässt sich folgende Hypothese ableiten:

H9: Jugendliche, die sehr extravertiert sind, zeigen keine Symptome einer möglichen Smartphone-Abhängigkeit.

Personen, die wiederum sehr gewissenhaft sind, neigen dazu sich und ihre Leistung stetig zu verbessern. Dieses Bedürfnis wird vor allem durch die ständige Informationssuche und das Lernen ausgeglichen (Wolfradt & Doll, 2001). Dabei werden insbesondere kognitive Funktionen eingesetzt, um dieses Bedürfnis zu erfüllen. Im Gegensatz dazu wird angenommen, dass Personen, welche zu Faulheit neigen eher mit einem Leistungsverlust zu kämpfen haben. Infolge der Frustration neigen diese Personen dazu, das Smartphone zur Kompensation zu verwenden. Durch die intensive Zuwendung auf Basis eines Bedürfnisses kann, allerdings ein höheres Risiko für eine auftretende Verhaltensabhängigkeit bestehen.

H10: Jugendliche, die emotional nicht ausgeglichen sind und eher zu Faulheit neigen, haben aufgrund ihrer Smartphone-Nutzung mit einem wahrgenommenen Leistungsverlust zu kämpfen.

Basierend auf den bisher durchgeführten Studien verbringen jene Probanden, die laut dem Big Five Ansatz als introvertiert gelten, mehr Zeit online als jene Probanden, die wiederum extravertiert sind. In einigen Studien wurden aus diesem Grund die Personen mit hohen Werten für „Introversion“ als auch „Neurotizismus“ als „Heavy Internet Users“ kategorisiert (Amichai-Hamburger et al., 2002; Chittaranjan et al., 2011/2013). Folglich wird auch für die vorliegende Untersuchung angenommen, dass Personen, die oft deprimiert sind und sich leicht verunsichern lassen, das Risiko eine exzessive Smartphone-Nutzung steigt, da sie Interaktionen vor allem in der virtuellen Welt suchen. Das Smartphone erleichtert demnach den sozialen Kontakt mit anderen und trägt dazu bei, dass sich diese Personen sicherer fühlen. Dabei besteht die Möglichkeit, dass die intensive Zuwendung zum Smartphone durch Persönlichkeitseigenschaft „Neurotizismus“ erklärt werden kann. Es leiten sich daraus folgende Hypothesen ab:

H11: Jugendliche, die oft niedergeschlagen sind, neigen eher dazu die Nutzung des Smartphones als eine Hauptbeschäftigung anzusehen.

H12: Jugendliche, die sich leicht verunsichern lassen und sich sehr rücksichtsvoll gegenüber ihren Mitmenschen verhalten, neigen eher dazu eine Verhaltensabhängigkeit zu entwickeln.

6.4. Bildung von Nutzertypen

Hinsichtlich der Probanden soll überprüft werden, ob sich auf Basis der Persönlichkeitsmerkmale und charakteristischen Nutzungsmustern, unterschiedliche Nutzertypen bilden lassen. Die Persönlichkeitseigenschaften stellen mittels der Big Five die abhängigen Variablen dar und sollen anhand der Motive das Nutzungsverhalten der Probanden erklären.

Studien zum Internet-Nutzungsverhalten zeigten bereits, dass spezifische Persönlichkeitsmerkmale die Motive der Mediennutzung beeinflussen (Wolfradt & Doll, 2001; Hasebrink, et al., 2008). Es stellte sich heraus, dass Internetnutzer in der Online-Welt vergleichsweise ähnliche Bedürfnisse befriedigen, wie auch in der Realität. Auf Basis des Uses and Gratification Ansatzes wurde der Internetnutzer entweder als Urheber, Teilnehmer oder Rezipient kategorisiert (Hasebrink et al., 2008). Dies lässt vermuten, dass Jugendliche durchaus in eine aktive Rolle schlüpfen, um gezielt Bedürfnisse zu befriedigen. In einer weiteren Studie konnten die Forscher drei Arten der Internetnutzung identifizieren: die Instrumentell-unterhaltensorientierte-, die kommunikative-, sowie die informationsorientierte Nutzung (Wolfradt & Doll, 2005). Demnach sollen zur Überprüfung der letzten Hypothese die Nutzer anhand ihrer Nutzungsmotive bei der Verwendung des Smartphones sowie charakteristischer Eigenschaften kategorisiert werden.

H13: Unterscheiden sich Probanden aufgrund ihrer Persönlichkeitseigenschaften hinsichtlich ihrer Motive der Smartphone-Nutzung?
--

7. Methode

Im folgenden Kapitel werden alle methodisch-relevanten Aspekte für die entstehende Studie aufgegriffen. Einleitend werden das kurz Messinstrument der Befragung und der Aufbau des Fragebogens beschrieben. Nachfolgend werden der Ablauf der Studie, der Fragebogaufbau und die Operationalisierung der Konstrukte erläutert. Das Kapitel endet mit der Beschreibung der statistischen Auswertungsverfahren.

7.1. Online-Befragung

Um den Einfluss der Nutzungsmotive und Persönlichkeitsmerkmale auf die Smartphone-Nutzung zu untersuchen, wurde die Methode der Befragung gewählt. Die Befragung ist eine in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft häufig angewandte Methode und wird primär in der Mediennutzungs- und Wirkungsforschung eingesetzt. Gleichwohl ist es das Ziel, repräsentative Aussagen über die Grundgesamtheit aufzustellen und damit intersubjektiv nachvollziehbare Ergebnisse generieren zu können. Dabei geht es vor allem darum, soziale Realitäten wiederzugeben sowie Alltagsphänomene aufzuschlüsseln. (vgl. Brosius, Koschel, Haas, 2008, S. 92). Aus diesem Grund wurde auch für die vorliegende Studie die Methode der Befragung gewählt, welche die Erfassung der persönlichen Einstellungen und Meinungen der Probanden ermöglicht. Die hierfür gewählte Online-Befragung zählt zu einer Variante der schriftlichen Befragung (vgl. Pürer, 2003, S. 543). Wie der Name bereits verdeutlicht, wird der Fragebogen von den Probanden online ausgefüllt. Diese Methode hat sowohl Vor- als auch Nachteile.

Ausschlaggebend für die Wahl dieses Umfragemodus war vor allem der große Zeit- und Kostenvorteil. Außerdem können die Antworten direkt in ein Auswertungsprogramm exportiert werden, was zur Beschleunigung des Datenauswertungsprozesses beiträgt (vgl. ebd. 2003: 544). Außerdem stellte der sichere und anonyme Rahmen für die vorliegende Arbeit ein ausschlaggebendes Auswahlkriterium dar. Die Nachteile der Teilnahmebarriere infolge des technischen Zugangs können bei der vorliegenden Studie ausgeschlossen werden, da die Probanden in einer öffentlichen Schule mit technischer Ausstattung befragt werden. Außerdem konnte die oft geringe Motivation als Nachteil nahezu eliminiert werden, da die Studie im Rahmen des Unterrichts stattgefunden hat. Demnach überwiegen im gegebenen Fall die positiven Argumente, so dass dieser Befragungsmodus als ein geeignetes Instrument zur Datenerhebung erschien.

7.2. Fragebogenaufbau

Der Fragebogen wurde mithilfe von „Unipark“, einem akademischen Programm von Questback, welches in erster Linie Online-Umfrage-Tools zur Verfügung stellt, durchgeführt. Der Fragebogen hatte einen Umfang von elf Seiten und enthielt alle für diese Arbeit relevanten Konstrukte. Im Folgenden wird die Struktur des Fragebogens kurz erläutert. Dabei ist anzumerken, dass primär geschlossene Fragen verwendet wurden. Nur bei einzelnen Fragestellungen wurde dem Proband die Möglichkeit gegeben, sich offen in einem vorgesehenen Textfeld zu äußern. Die Durchführung des Pretests mit zwei Personen zeigte, dass einige Items zum besseren Verständnis und dem Alter der Probanden angemessen umformuliert werden mussten. Die Länge und Einteilung wurde positiv beurteilt, so dass keine Änderungen an der Struktur vorgenommen wurden. Die finale Version des Fragebogens setzte sich aus fünf Frageblöcken zusammen, welche im Folgenden kurz erläutert werden.

Nach einem kurzen Einleitungsscreen sowie dem Hinweis auf völlige Anonymität wurden in dem ersten Frageblock Konstrukte zum allgemeinen Smartphone-Nutzungsverhalten wie beispielsweise, welche Funktionen häufig genutzt werden oder welches die liebste Applikation ist, abgefragt. In dem nächsten Abschnitt ging es um die Nutzungsmotive der Smartphone-Zuwendung. In einem weiteren Frageblock wurden die Probanden mithilfe der im Theorieteil bereits beschriebenen Big Five zu ihren Persönlichkeitseigenschaften befragt. Es folgten drei Teilbereiche, die verschiedene Konstrukte zur Abhängigkeitsthematik aufgriffen. Abschließend wurden demografische Variablen, wie Geschlecht, Alter, Bildung, Migration und der Gerätebesitz abgefragt. In einem Schlusstext galt es den Probanden für ihre Teilnahme zu danken, sowie auf die Thematik und eventuelle Fragen hinzuweisen. Die Beantwortung der Fragen dauerte rund 20 Minuten. Der vollständige Fragebogen ist im Anhang der Arbeit einsehbar.

7.3. Stichprobe und Rekrutierung

Bisherige Studien zur Thematik der exzessiven Internet- oder Smartphone-Nutzung haben primär studentische Stichproben verwendet. Damit der Einflussfaktor des Alters in die Studie einbezogen werden kann, wurden Heranwachsende unterschiedlichen Alters rekrutiert. Um eine breite Stichprobe garantieren zu können, wurde ebenfalls das Bildungsniveau beachtet. Daher lag ein besonderer Fokus auf der Rekrutierung unterschiedlicher Schulformen, so dass ein ausgeglichenes Verhältnis der Stichprobe

vorliegt. An der Online-Befragung nahmen Schüler zwei Hauptschulen, einer Realschule sowie eines allgemeinbildendes Gymnasiums teil. Der Befragungszeitraum belief sich infolge der langandauernden Rekrutierung auf zwei Monate (26.01.2015 bis 26.03.2015). Insgesamt haben an der Online-Studie 212 Personen im Alter von zwölf bis 19 Jahren teilgenommen. Der bereinigte Datensatz enthält 189 Probanden davon waren 43 Prozent weiblich und 57 Prozent männlich (Alter: $M = 15.14$, $SD = 0.83$).

In den ausgewählten Schulen nahmen Schüler der Jahrgangsstufen 7 bis 11 an der Befragung teil. Anhand der Auswertung zeigt sich, dass 23 Prozent der Schüler die Hauptschule, 38 Prozent eine Realschule und 36 Prozent ein Gymnasium besuchen. In den folgenden deutschen Schulen wurde die Studie im Rahmen des Unterrichts durchgeführt:

- Wigbertgymnasium Hünfeld
- Konrad-Adenauer-Schule Fulda
- Gesamtschule Niederaula
- Jahnschule Hünfeld

Um die Online-Studie durchführen zu können, wurden als erster relevanter Schritt Schulen aller Bildungsgruppen angefragt, ob diese an einer Teilnahme interessiert sind. Die Rekrutierung stellte sich dabei als relativ mühevoll heraus, da sich kaum eine Schule bereit erklären wollte an der Studie teilzunehmen. Nichts desto trotz wurden nach einiger Zeit vier Schulen gefunden, die sich positiv gegenüber der Anfrage geäußert hatten. Die Zusage ging mit der Bedingung des Einverständnisses der Eltern einher. Anhand dieses Schreibens konnten die Eltern entscheiden, ob ihr Kind an der Online-Studie zum Smartphone-Nutzungsverhalten teilnehmen darf. In der Einverständniserklärung wurde erklärt, dass die Daten der Studie vollkommen anonym ausgewertet werden und dass die Beantwortung der Fragen keinerlei negativer Konsequenzen auf die schulischen Leistungen beinhalten. Nachdem alle Schüler einer Klasse den zuständigen Lehrern den positiven Bescheid übermittelt hatten, konnte die Studie im Rahmen des Unterrichts durchgeführt werden. Nach den Aussagen der Lehrer wurde primär das Fach „Politik und Wirtschaft“ für die Beantwortung der Online-Studie verwendet, um anschließend den Schülern die notwendige Relevanz der Thematik näher zu bringen.

Zu Beginn der Studie wurden die Schüler in einem kurzen Einleitungstext über das Thema und das Ziel der Befragung informiert, sowie auf die strenge Anonymität der Befragung hingewiesen. Danach konnten die Jugendlichen selbstständig den Online-Fragebogen mithilfe eines Weblinks (<http://ww2.unipark.de/uc/SKiel/9ac4/>) ausfüllen.

Während der Online-Studie tauchten nur vereinzelt Fragen auf, die meist durch einfache Hinweise aufgeklärt werden konnten. Die Schüler benötigten durchschnittlich knapp 19 Minuten bis alle Fragen beantwortet wurden.

7.4. Operationalisierung und Messung

Die Operationalisierung stützt sich auf die bereits im theoretischen Kapitel vorgestellten Studien und die darin enthaltenden zuvor getesteten validierten Skalen. Mit Ausnahme der Skala zu den Motiven der Smartphone-Nutzung nach (Bian/Leung) wurden die verwendeten Konstrukte auf einer 7-stufigen Likert-Skala gemessen (1 = „stimme überhaupt nicht zu“ bis 7 = „stimme voll und ganz zu“).

7.4.1. Bedürfnisbezogene Prädiktorvariablen

Die erste Gruppe der unabhängigen Variablen stellten die Nutzungsmotive des Smartphones dar. Basierend auf Forschungsergebnissen zu den Bedürfnissen, welche mit der Verwendung von Massenmedien (Rubin, 1983) einhergegangen sind, entwickelten Smock et al. (2011) in ihrer Studie eine Skala, welche auf die Nutzungsmotive des sozialen Netzwerks „Facebook“ eingeht. Die Items greifen dabei die unterschiedlichen Funktionen auf, welche die Nutzer mit der Netzwerkseite verbinden. Die Forscher gehen davon aus, dass Facebook als eine Art „collection of tools“ für unterschiedliche Bedürfnisse und damit einhergehende Gratifikationen verwendet wird (Smock et al. 2011: 2323). Da die Items eine sehr allgemeingültige Relevanz besitzen und insbesondere das Bedürfnis nach Kommunikation fokussieren, wurde die Skala für die vorliegende Studie auf die Motive der Smartphone-Nutzung angewendet. Die Items wurden dabei sechs übergeordneten Indizes zugeordnet (Cronbach α = .80; M = 4.56).

Smock, A./Ellison N./Lampe C./Wohn, D. (2011): Facebook as a toolkit: A uses and gratification approach to unbundling feature use. Computers in Human Behavior, 27 (6), 2322-2329.

Index	Item
Ich nutze mein Smartphone ...	
Relaxing Entertainment	Weil ich Spaß damit habe. weil es unterhaltsam ist weil es mich entspannt. weil es mir hilft runter zu kommen zum Zeitvertreib
Expressive Information Sharing	weil ich mich gerne über die Welt informiere. weil ich mit Freunden und Bekannten Informationen teilen möchte. weil ich gerne Neuigkeiten über mich selbst verbreiten möchte.
Escapism	damit ich die Schule, Hausaufgaben etc. mal für einen Moment vergessen kann. damit ich mal meine Ruhe vor meiner Familie und Freunden habe. damit ich einfach mal abschalten kann und alles um mich herum vergesse.
Companionship	damit ich mich nicht alleine fühle. wenn gerade keiner zu Hause ist mit dem ich reden kann. Weil ich mich dann weniger alleine fühle.
Social Interaction	damit ich mit Freunden und Familie ständig in Kontakt bleiben kann (über SMS, WhatsApp, telefonieren etc.) damit ich auch mit Freunden schreiben oder telefonieren kann, die nicht in meiner Nähe wohnen.
	weil ich gerne einfach an meinem Handy spiele und neue Apps ausprobiere.

Habitual Pass Time	weil es einfach eine Angewohnheit ist. wenn ich nichts Besseres zu tun habe. wenn mir langweilig ist und die Zeit schnell vergehen soll.
---------------------------	--

Die zweite Skala nach Bian & Leung (2014) widmete sich ebenso den Motiven der Smartphone-Nutzung und unterscheidet sich primär durch die Auflistung der verschiedenen Anwendungen. Diese Skala wurde außerdem spezifisch auf das Smartphone ausgerichtet und hatte die Absicht vorhandene Nutzungsmuster der Probanden zu beschreiben. Demnach sollten die 16 Items Aufschluss darüber geben, welche Nutzungsgewohnheiten im jugendlichen Alltag vorherrschen (Cronbach α = .76; M = 3.25). Im Gegensatz zu den anderen Skalen, die verwendet werden, wurden diese Konstrukte auf einer 5-stufigen Likert Skala gemessen (1 = „nie“ bis 5 = „sehr oft“).

Bian M/ Leung L (2014): Linking Loneliness, Shyness, Smartphone Addiction Symptoms, and Pattern of Smartphone Use to Social Capital. Social Science Computer Review. DOI: 10.1177/0894439314528779.

Index	Item
Ich nutze mein Smartphone, um ...	
Information Seeking	im Internet zu surfen Begriffe bei einer Suchmaschine wie „Google“ oder „Yahoo“ zu suchen Informationen über das tägliche Leben zu suchen aktuelle Nachrichten zu lesen private Nachrichten zum Beispiel über WhatsApp zu beantworten Facebook, Instagram oder andere soziale Netzwerke zu nutzen
Utility	meine Hausaufgaben zu machen zu übersetzen/ meine Rechtschreibung zu überprüfen meine Emails zu beantworten Fotos oder Videos zu machen
Fun seeking	Videos zu schauen Musik zu hören E-Books lesen Spiele zu spielen
Sociability	Telefongespräche zu führen SMS/ WhatsApp zu verschicken

Zusätzlich wurde als Prädiktorvariable die Wichtigkeit des Smartphones durch das Item „Könntest du dir einen Tag ohne dein Handy vorstellen“ anhand eines Forced-Choice Items erhoben (1 = „Ja“; 2 = „Nein“).

7.4.2. Personenbezogene Prädiktorvariablen

Um nicht nur die Nutzungsmotive der Probanden zu messen, wurden auch Persönlichkeitseigenschaften in die Analyse einbezogen. Diese wurden anhand des Big Five Ansatzes nach Rammstedt & John (2005) gemessen (Cronbach α = .82; M = 4.40). Das Fünf-Faktoren-Modell hat sich bereits seit den 1980er Jahren als eine einheitliche sowie allgemeingültige Terminologie zur Untersuchung bestimmter Persönlichkeitsstrukturen durchgesetzt (vgl. Renner, Schütz & Machilek 2005). Da einige der Items negativ formuliert sind, um die Balance der Studie sicher zu stellen, wurden diese in der statistischen Analyse umgepolt.

Rammstedt, B./John, O.P. (2005): Kurzversion des Big Five Inventory (BFI-K): Entwicklung und Validierung eines ökonomischen Inventars zur Erfassung der fünf Faktoren der Persönlichkeit. Diagnostica, 51(4), 295-206.

Index	Item
Extraversion	Bin eher zurückhaltend, schüchtern Bin begeisterungsfähig und kann andere leicht mitreißen Bin eher der "stille Typ" Gehe aus mir heraus, bin gerne mit Freunden zusammen
Verträglichkeit	Ich lästere ab und zu über andere Schenke anderen leicht Vertrauen, glaube an das Gute im Menschen Kann mich kalt und abweisend gegenüber Lehrern/ Freunden verhalten Manchmal bin ich unfreundlich oder launisch anderen gegenüber
Gewissenhaftigkeit	Erledige meine Hausaufgaben gründlich Manchmal bin ich faul und bequem Ich bin fleißig in der Schule Mache Pläne und führe sie auch durch
Neurotizismus	Werde leicht deprimiert, niedergeschlagen Bin entspannt, lasse mich durch Stress nicht aus der Ruhe bringen Mache mir viele Sorgen Werde leicht nervös und unsicher
Offenheit für Erfahrungen	Interessiere mich für viele verschiedene Dinge und Bereiche Bin tief sinnig, denke gerne über Sachen nach Bin phantasievoll und habe eine gute Vorstellungskraft Bin kreativ Bin nicht kreativ und habe nur wenig künstlerisches Interesse

7.4.3. Messung der abhängigen Variablen

Zur Messung der ersten abhängigen Variable wurde die „Compulsive Internet Scale (CIUS)“ nach Meerkert et al. (2009) verwendet. In dieser Studie wurden 10 Items identifiziert, welche die Abhängigkeit der Internetnutzer beurteilen sollte. Die Items wurden einerseits von der stoffungebundenen Glücksspielsucht des DSM-IV, sowie den Kriterien der substanzgebundenen Abhängigkeit abgeleitet. Andererseits wurden Elemente der Verhaltenssucht nach Griffiths (1999) übernommen. Diese Skala wurde in der vorliegenden Arbeit auf das Smartphone-Nutzungsverhalten übertragen (Cronbach α = .86, M = 3.11).

Meerkerk, G.-J./van den Eijnden, R./Vermulst, A.A./Garretsen, H. (2009): The Compulsive Use Scale (CIUS): Some Psychometric Properties. *CyberPsychology & Behavior*, 12(1), 1-6.

Index	Item
Loss of control	Ich finde es schwierig mich von meinem Handy loszureißen, wenn ich gerade online bin. Ich bin tagsüber oft müde, weil ich Abend im Bett noch zu lange mit dem Handy online war.
Preoccupation (including mental and behavioral preoccupation)	Wenn ich mit meinem Handy online bin, vergesse ich oft die Zeit und habe auch schon mal eine Verabredung absagen müssen Ich denke oft darüber nach mein Handy zu checken, wenn ich im Unterricht bin. Ich freue mich immer, wenn ich zum Beispiel in der Pause oder nach der Schule mein Handy wieder benutzen kann.
Coping or mood modification	Ich nutze mein Handy oft um mich abzulenken, wenn ich mal traurig bin. Manchmal fühle ich mich unruhig, frustriert oder bin genervt, wenn ich mein Handy nicht nutzen darf.
Conflict	Ich nutze mein Handy oft um mich von dem Stress in der Schule, oder bei Streit mit meinem Eltern/ Freunden abzulenken. Manchmal kann ich mich nicht auf meine Hausaufgaben konzentrieren, weil ich immer wieder durch mein Handy zum Beispiel durch Nachrichten abgelenkt werde. Ich vergesse öfter meine Aufgaben im Haushalt zu machen (z.B. Spülmaschine ausräumen, Zimmer aufräumen), weil ich lieber online bin.

Eine weitere abhängige Variable stellte die „Smartphone-Addiction-Scale (SAS)“ nach Bian & Leung (2014) dar. Diese Skala wurde anhand der „Mobile Phone Problem Use Scale (MPPUS)“ von Bianchi und Phillips (2005), der Skala zur „Internet Addiction“ von Young (1998) sowie der „Television Addiction Scale“ von Horvath (2004) entwickelt. Alle Measures basieren dabei auf den DSM-IV Kriterien zur Verhaltensabhängigkeit. Die Skala beinhaltet 16 Items und identifiziert fünf Symptome, die eine Smartphone-Abhängigkeit begünstigen (Cronbach α = .85; M = 3.01). Das Ziel war es das Level einer möglichen Smartphone-Abhängigkeit zu untersuchen und damit anhand der statistischen Auswertung eine „High-Risk Group“ zu identifizieren.

Bian M/ Leung L (2014): Linking Loneliness, Shyness, Smartphone Addiction Symptoms, and Pattern of Smartphone Use to Social Capital. In: Social Science Computer Review. DOI: 10.1177/0894439314528779.	
Index	Item
Preoccupation	Meist ahne ich schon, wenn ich eine Nachricht auf meinem Handy habe. Wenn ich mein Handy nutze, bin ich meist sehr vertieft und lasse mich nicht ablenken. Wenn ich mein Handy gerade nicht zur Hand habe, denke ich oft darüber nach, ob ich eine Benachrichtigung bekommen habe. Wenn ich mein Handy zum Beispiel weil der Akku leer ist, nicht nutzen kann, fühle ich mich hilflos. Manchmal vergeht die Zeit wie im Flug, wenn ich mein Handy nutze und ich merke es gar nicht.
Disregard of Harmful Consequences	Ich hatte schon öfter mal Stress mit einem Lehrer, weil ich mein Handy in der Schule/ während dem Unterricht benutzt habe. Ich versuche es zu vermeiden, dass andere mitbekommen, wie viel Zeit ich mit meinem Handy verbringe. Ich habe schon versucht mein Handy weniger zu nutzen, aber es hat nicht geklappt.

Inability to Control Craving	Ich bin der Meinung, dass es kein Problem ist, wenn man viel Zeit mit dem Handy verbringt. Ich denke oft darüber nach mein Handy weniger zu nutzen, um mehr Zeit mit Freunden und Familien verbringen. Meine Familie und auch Freunde haben sich schon öfter beschwert, dass ich zu viel Zeit mit meinem Handy verbringe.
Productivity Loss	Seit ich das Smartphone habe, hat sich meine Leistung in der Schule verschlechtert. Manchmal erwische ich mich, dass ich vergesse Hausaufgaben zu machen, weil ich an meinem Handy hänge. Zeitweise lenke ich mich lieber mit meinem Handy ab, als mich mit anderen Problemen auseinander zu setzen.
Anxious and Lost	Wenn mein Handy nicht griffbereit ist, habe ich Angst einen Anruf oder eine Benachrichtigung zu verpassen. Manchmal fühle ich mich aufgewühlt und nervös, wenn ich nicht checken kann, ob ich eine Nachricht bekommen habe.

7.4.4. Untersuchungsrelevanten Kovariaten

Das Geschlecht und das Alter der Probanden wurden mithilfe eines Forced-Choice-Items erhoben (1 = „weiblich“, 2 = „männlich“ sowie 1 = „12 – 13 Jahre“, 2 = „14 – 15 Jahre“, 3 = „16 – 17 Jahre“, 4 = „17 – 18 Jahre“ und 5 = „18+“). Auch die Bildung wurde anhand des Forced-Choice Items in die Analyse einbezogen (1 = „Gymnasium“, 2 = „Realschule“, 3 = „Hauptschule“, 4 = „Gesamtschule“). Ebenso wurde die wahrgenommene Nutzungshäufigkeit anhand eines Items „Wie oft nutzt du dein Handy täglich?“, das auf einer 5-stufigen Skala (1 = „selten“ bis 5 = „sehr oft“) gemessen wurde, erhoben.

7.5. Auswertungsverfahren

Um ein mögliches Smartphone-Abhängigkeitsverhalten bei den Probanden zu identifizieren, wurden mehrere lineare Regressionsanalysen durchgeführt. Das Ziel

bestand darin, den Zusammenhang zwischen der jeweiligen abhängigen Variable und mehrerer unabhängiger Variablen zu untersuchen. Die abhängigen Variablen stellten einerseits die Verhaltensabhängigkeit an sich, sowie die verschiedenen Symptome einer Smartphone-Abhängigkeit dar. Dabei sollte insbesondere der Einfluss der Motive zur Verwendung des Smartphones sowie der Persönlichkeitsmerkmale in Bezug auf die möglichen Abhängigkeitssymptome getestet werden.

Zur Bildung von homogenen Nutzertypen wurde eine hierarchische Clusteranalyse gewählt. Die Clusteranalyse ist ein anerkanntes Verfahren, um mithilfe multivariater statistischer Methoden eine Anzahl von Objekten in homogene Gruppen zusammenzufassen. Diese Gruppen bilden dabei die Cluster, welche hinsichtlich der Variablen möglichst ähnliche Objekte gruppieren (vgl. Janssen/Laatz 2013: 489). Um die Effekte deuten zu können werden Mittelwertvergleiche sowie eine univariate Varianzanalyse durchgeführt. Weiterhin wurden in den Analysen die Kovariaten Alter, Geschlecht und Bildung statistisch kontrolliert.

8. Ergebnisse

In einem nächsten Schritt sollen die Ergebnisse beschrieben werden, die während der Feldphase der Befragung erhoben wurden. Der Fokus der statistischen Auswertung liegt auf den bereits zuvor beschriebenen Hypothesen. Auf die Ergebnispräsentation folgt eine datennahe Interpretation.

8.1. Allgemeine Mediennutzung

Zunächst werden einige allgemeine Ergebnisse der Befragung präsentiert, bevor die Ergebnisse der einzelnen Hypothesen erläutert werden. 95 Prozent der Probanden, die an der Studie teilgenommen haben, besitzen ein Smartphone – demnach haben lediglich 5 Prozent der Probanden kein Smartphone. 61 Prozent der Befragten geben an, dass sie das Smartphone bereits früh nach dem Aufstehen als erstes zur Hand nehmen. Als beliebteste Funktion nennen 59 Prozent der Probanden die Kommunikation mit Freunden und der Familie. Interessant ist außerdem, dass 76 Prozent der Probanden die Messenger Applikation „WhatsApp“ als ihre Lieblingsapplikation angeben. Diese Reihe von Daten soll einen kleinen Eindruck in die Vielfalt der Ergebnisse ermöglichen. Im Folgenden wird auf die einzelnen Hypothesen und deren statistische Analyse eingegangen.

8.2. Einfluss von Geschlecht und Bildung

H1: Das Geschlecht und die Bildung der Probanden haben einen Einfluss auf die wahrgenommene Nutzungshäufigkeit.

Die folgende Hypothese postulierte, dass das Geschlecht und die Bildung einen Einfluss auf die wahrgenommene Nutzungshäufigkeit der Probanden besitzen. Um diese Annahme beantworten zu können, wurden die Variablen mithilfe einer Kreuztabelle analysiert. Es zeigten sich sowohl für das Geschlecht als auch die Bildung hoch signifikante Werte ($p < .001$). Die Antworten zu dem täglichen Nutzungsverhalten verdeutlichen, dass die Mehrheit der Probanden das Smartphone „oft“ oder „sehr oft“ nutzt. Bezüglich des Geschlechts wurde sichtbar, dass weibliche Probanden eher dazu neigen, ihre Nutzung höher einzuschätzen, als männliche Probanden. Bei den weiblichen Probanden gibt es keine, die das Smartphone nur „selten“ nutzt und circa 50 Prozent, die es „sehr oft“ nutzen. Bei den männlichen Probanden wiederum wird auch

der Wert „selten“ von circa 5 Prozent der Probanden angekreuzt. Circa 50 Prozent nutzen das Smartphone nach ihrer Selbsteinschätzung lediglich „oft“ (siehe Tabelle 3). Wenn die Bildungsvariable in die Berechnung einbezogen wird, ist zu erkennen, dass 49 Prozent der Hauptschüler das Smartphone „sehr oft“ nutzen. Bei den beiden anderen Schulformen zeigte sich, dass 52 Prozent der Gymnasiasten und 48 Prozent der Realschüler das Smartphone „oft“ nutzen (siehe Tabelle 4).

Tabelle 3. Kreuztabelle: Einfluss des Geschlechts auf die Nutzungshäufigkeit

	Selten	Ab und zu	Manchmal	Oft	Sehr oft	Gesamtsumme
Geschlecht						
Weiblich	0	2	12	28	38	80
Männlich	6	5	17	58	21	107
Gesamtsumme	6	7	29	86	59	187

*Chi-Quadrat $p < .001$

Tabelle 4: Kreuztabelle: Einfluss der Bildung auf die Nutzungshäufigkeit

	Selten	Ab und zu	Manchmal	Oft	Sehr oft	Gesamtsumme
Schulform						
Gymnasium	0	4	13	36	16	69
Realschule	2	2	12	35	21	72
Hauptschule	2	1	4	14	21	42
Gesamtschule	2	0	0	1	1	4

*Chi-Quadrat $p < .001$

H2: Das Geschlecht und die Bildung der Probanden haben einen Einfluss auf die Einstellung gegenüber dem Smartphone.

Zur Überprüfung der Annahme, dass das Geschlecht und die Bildung einen Einfluss auf die Einstellung gegenüber dem Smartphone haben, wurden beide Variablen in einer Kreuztabelle gegenübergestellt. Zuerst wurde die Einstellung gegenüber dem Smartphone errechnet. Dabei wurde deutlich, dass 57 weibliche Probanden und 50 männliche Probanden das Smartphone als ihr „Lieblingsmedium“ ansehen. Gleichwohl wurde sichtbar, dass das Gerät von der Mehrheit der männlichen Probanden nicht favorisiert wird. Der Chi-Quadrat-Test beweist einen signifikanten Haupteffekt des Geschlecht auf die Einstellung zum Smartphone ($p < .01$). Wohingegen sich kein signifikanter Einfluss der Bildung auf die Einstellung feststellen lässt. Das Verhältnis zwischen den verschiedenen Bildungsstufen ist dabei weitgehend ausgeglichen. Es fällt

lediglich auf, das zwei Drittel der Hauptschüler das Smartphone als ihr liebstes Medium charakterisieren.

8.3. Motive der Nutzung

H3: Jugendliche, die ihr Smartphone primär zur Entspannung und aus Langeweile nutzen, haben ein höheres Risiko eine Verhaltensabhängigkeit zu entwickeln.

Diese Hypothese postulierte, dass Jugendliche, die das Smartphone primär zur Entspannung und aus Langeweile nutzen ein höheres Risiko tragen eine Verhaltensabhängigkeit zu entwickeln. Um diese Annahme zu überprüfen, wurde eine multivariate Regressionsanalyse gerechnet. Basierend auf dieser Analyse wurde ein signifikanter Haupteffekt für das Motiv Relaxing Entertainment ($\beta = .22$, $p < .05$) „Compulsive Internet Use“ festgestellt. Das Bedürfnis nach Entspannung stellt damit den stärksten Prädiktor für die Entwicklung einer Verhaltensabhängigkeit dar. Dies bedeutet, dass Jugendliche ihr Smartphone insbesondere nutzen, um sich zu entspannen und unterhalten zu werden. Ein weiterer signifikanter Effekt konnte für das Motiv „Habitual Pass Time“ ($\beta = .19$, $p < .05$) erkannt werden (siehe Tabelle 5). Dies schließt ein, dass sich die Probanden vor allem aus Langeweile oder Gewohnheit dem Smartphone zuwenden. Damit bestätigt sich diese Hypothese.

H4: Jugendliche, die das Smartphone primär aus Gewohnheit verwenden sowie zur Flucht in eine virtuelle Realität verwenden, wird die Nutzung zu einem beherrschenden Gedanken.

In dieser Hypothese wurde postuliert, dass Jugendliche sich nicht nur vom Alltagsgeschehen ablenken wollen, sondern gleichwohl auch aus Gewohnheit das Smartphone verwenden. Die Nutzung nimmt demnach einen hohen Stellenwert im Alltag der Jugendlichen ein. Bei der Überprüfung der Hypothese zeigte sich ein signifikanter Haupteffekt der selbsteingeschätzten Smartphone-Nutzung ($\beta = .37$, $p < .001$). Weiterhin konnte für das Motiv „Habitual Pass Time“ ebenfalls ein signifikanter Wert ($\beta = .28$, $p < .001$) auf das Abhängigkeitssymptom „Preoccupation“ festgestellt werden. Ein weiterer signifikanter Effekt stellte sich für die Wichtigkeit des Smartphones ($\beta = .26$, $p < .001$)

heraus. Basierend auf der Analyse kann zusammengefasst werden, dass Jugendliche, die ihr Smartphone nach eigener Selbsteinschätzung sehr häufig nutzen sowie einen Großteil ihrer Zeit mit der Nutzung des mobilen Geräts verbringen, eher dazu neigen eine exzessive Nutzungsform zu entwickeln. Dabei ist anzumerken, dass vor allem die Nicht-Nutzung bei den Jugendlichen als sehr negativ empfunden wird. Diese Probanden beachten das Smartphone folglich nicht nur zum Zeitvertreib, sondern sind in ihrem Nutzungsverhalten sehr eingenommen und vertieft. Es lassen sich allerdings keine signifikanten Werte für das Motiv „Escapism“ ($\beta = .09$, n.s.) auf „Preoccupation“ feststellen, so dass diese Hypothese nur teilweise bestätigt werden kann (siehe Tabelle 5).

H5: Jugendliche, die mit dem Smartphone primär kommunizieren sowie gerne persönliche Informationen über ihr Leben teilen, haben ein höheres Risiko eine Verhaltensabhängigkeit zu entwickeln.

In dieser Hypothese wurde angenommen, dass Jugendliche, die das Smartphone primär zur Kommunikation mit Freunden und Bekannten sowie um Informationen über das persönliche Leben online zu teilen nutzen, eine höhere Wahrscheinlichkeit haben eine Form der Verhaltensabhängigkeit zu entwickeln. Anhand der Regressionsanalyse konnte ein signifikanter Einfluss für das Motiv „Expressive Information Sharing“ ($\beta = .13$, $p < .05$) auf die „Compulsive Internet Use“ gefunden werden. Diese Probanden haben demnach infolge des ständigen Bedürfnisses sich zu präsentieren ein höheres Risiko eine Smartphone-Abhängigkeit zu entwickeln. Demnach ist anzumerken, dass das Smartphone auch dazu dient, andere über das eigene Leben auf dem Laufenden zu halten, und beispielsweise mittels sozialer Netzwerke zu kommunizieren. Es konnte allerdings kein Effekt für das Motiv „Social Interaction“ ($\beta = -.08$, n.s.) oder „Companionship“ ($\beta = .09$, n.s.) nachgewiesen werden (siehe Tabelle 5). Damit kann diese Hypothese nicht vollständig bestätigt werden.

Tabelle 5. Regressionsanalytische Vorhersage des Auftretens der Abhängigkeitssymptome anhand der Motive nach Smock et al. 2011

	Preoccu- pation		Harmful Conse- quences		Inability to control craving		Productivity Loss		Anxious and Lost		CIUS ¹	
Predictor	b	SE	b	SE	b	SE	b	SE	b	SE	b	SE
Relax Entertainment	.07	.09	.15	.09	.28**	.09	.18	.10	.06	.12	.22*	.08
Express InfoSharing	.12	.07	.13	.07	.14	.07	.09	.08	.12	.09	.13*	.07
Escapism	.09	.06	.09	.07	-.04	.07	.20*	.08	-.12	.09	-.01	.06
Companionship	.06	.06	.15	.06	.07	.06	-.01	.06	.40	.07	.09	.05
Social Interaction	-.03	.06	-.07	.07	-.04	.06	-.08	.07	-.03	.09	-.08	.06
Habitual Pass Time	.28**	.07	.01	.08	.11	.07	.14	.09	.18	.10	.19*	.07
Adj. R ²	.44		.30		.39		.30		.29		.47	

*** p < .001; ** p < .01; * p < .05

H6: Jugendliche, die das Smartphone primär nutzen, um mit Freunden und der Familie in Kontakt zu bleiben, sind verunsichert und fühlen sich verloren, wenn das Smartphone nicht verfügbar ist.

In dieser Hypothese wurde angenommen, dass Jugendliche, die das Smartphone primär zur Kommunikation mit Freunden und Familie verwenden sich oftmals verloren fühlen, wenn das Gerät für eine gewisse Zeit nicht verfügbar ist. Basierend auf einer multivariaten Regressionsanalyse zeigte sich ein signifikanter Haupteffekt bei dem Motiv „Sociability“ ($\beta = .24$, $p < .01$) für „Anxious and Lost“. Dies bedeutet, dass ein Zusammenhang zwischen dem Abhängigkeitssymptom, sich ohne das Smartphone verunsichert und ängstlich zu fühlen und dem Bedürfnis nach Kommunikation via Smartphone besteht (siehe Tabelle 6). Die Hypothese kann bestätigt werden.

H7: Jugendliche, die das Smartphone primär zu Unterhaltungszwecken nutzen, sind weniger in der Lage das Verlangen nach dem Smartphone zu kontrollieren, als diejenigen, die es zum Lernen nutzen.

In dieser Hypothese wurde postuliert, dass Jugendliche, die das Smartphone vorwiegend zur Unterhaltung nutzen, ihr Verlangen nach dem Gerät weniger kontrollieren können. Wieder wurde eine Regressionsanalyse berechnet, die Aufschluss

¹ CIUS: Compulsive Internet Use Scale

über einen möglichen Einfluss der unabhängigen Variablen, des Motivs der Unterhaltung, geben sollte. Bei der Analyse zeigte sich, dass die Werte für „Fun Seeking“ signifikant sind ($\beta = .22$, $p < .01$). Im Gegensatz dazu konnte bei dem Motiv „Utility“ ($\beta = .02$, n.s.) keine signifikanten Werte auf „Inability to control craving“ gefunden werden (siehe Tabelle 6). Hoch signifikant war allerdings der Wert für die selbsteingeschätzte Nutzungshäufigkeit ($\beta = .39$, $p < .001$). Es lässt sich demnach schlussfolgern, dass Jugendliche die ihr Smartphone vorwiegend zum Spielen, dem Schauen von Videos oder zum Hören von Musik nutzen, eher dazu neigen das Gerät über einen längeren Zeitraum nutzen, so dass es diesen Probanden schwer fällt, ihre Nutzung zu kontrollieren. Es konnten allerdings ebenso signifikante Werte für „Information Seeking“ ($\beta = .21$, $p < .05$) nachgewiesen werden. Dies bedeutet, dass nicht nur jene Probanden, die das Smartphone primär für die Rezeption unterhaltender Inhalte nutzen Abhängigkeitssymptome entwickeln, sondern gleichwohl auch Probanden, die das mobile Gerät zu Informationszwecken wie beispielsweise aktuelle Nachrichten zu lesen oder Nachrichten zu beantworten. Unter diesem Motiv wurde ebenso die Nutzung von Facebook und WhatsApp abgefragt. Demnach geht es bei diesem Motiv primär darum, sich durch die Nutzung des Smartphones auf dem Laufenden zu halten.

Tabelle 6. Regressionsanalytische Vorhersage des Auftretens möglicher Abhängigkeitssymptome anhand der Motive nach Bian & Leung 2014

	Preoccu- pation		Harmful Conse- quences		Inability to control craving		Productivity Loss		Anxious and Lost		CIUS ²	
Predictor	<i>b</i>	<i>SE</i>	<i>b</i>	<i>SE</i>	<i>b</i>	<i>SE</i>	<i>b</i>	<i>SE</i>	<i>b</i>	<i>SE</i>	<i>b</i>	<i>SE</i>
Info Seeking	.11	.17	-.01	.17	.21*	.16	.10	.19	.17	.21	.03	.16
Fun Seeking	.12	.13	.13	.13	.25**	.13	.21**	.15	.00	.16	.18**	.12
Utility	-.02	.15	.08	.15	-.04	.14	-.07	.17	-.07	.19	.05	.14
Sociability	.04	.13	.10	.13	-.06	.13	.13	.15	.24**	.16	.02	.12
Adj. R ²	.32		.24		.23		.15		.17		.37	

*** $p < .001$; ** $p < .01$; * $p < .05$

² CIUS: Compulsive Internet Use Scale

8.4. Einfluss der Persönlichkeitsmerkmale

H8: Jugendliche, die sich sehr offen gegenüber neuen Erfahrungen zeigen und sehr extravertiert sind, neigen nicht dazu eine Smartphone-Abhängigkeit zu entwickeln.

In dieser Hypothese wurde angenommen, dass Heranwachsende, die sich gegenüber neuen Erfahrungen sehr offen zeigen und damit sehr extravertiert sind, eher nicht dazu neigen eine Smartphone-Abhängigkeit zu entwickeln. Als unabhängige Variablen wurden in diesem Fall die fünf Persönlichkeitskriterien (Extraversion, Verträglichkeit, Gewissenhaftigkeit, Neurotizismus, Offenheit für Erfahrungen) eingesetzt. Um diese Annahme zu überprüfen, wurde der Zusammenhang zwischen „Offenheit für Erfahrungen“ auf „Compulsive Internet Use“ geprüft. Es konnte kein signifikanter Haupteffekt festgestellt werden ($\beta = .06$, n.s.). Ebenso zeigte sich bei dem Wert für „Extraversion“ ($\beta = -.20$, n.s.) kein signifikanter Einfluss (siehe Tabelle 7). Demnach ist die Wahrscheinlichkeit, dass diese Probanden eine Smartphone-Abhängigkeit entwickeln, nur sehr gering. Dies bedeutet, dass diese Hypothese bestätigt werden kann.

H9: Jugendliche, die sehr extravertiert sind, zeigen keine Symptome einer möglichen Smartphone-Abhängigkeit.

Um die vorherige Hypothese zu untermauern, wurde bei der dieser Hypothese geprüft, ob Jugendliche, die sich durch die Eigenschaft „Extraversion“ charakterisieren, keinerlei Anzeichen einer möglichen Smartphone-Abhängigkeit zeigen. Die Annahme wurde mithilfe einer Regressionsanalyse überprüft. Es konnten signifikante Haupteffekte für „Extraversion“ ($\beta = .14$, $p < .05$) auf „Inability to control craving“ festgestellt werden. Dieses Ergebnis zeigte, dass diese Probanden trotz ihrer Geselligkeit eine Verhaltensabhängigkeit entwickeln können und damit nicht Immun gegen eine mögliche Form der exzessiven Nutzung sind. Diese Hypothese kann demnach nicht bestätigt werden.

H10: Jugendliche, die emotional nicht ausgeglichen sind und eher zu Faulheit neigen, haben aufgrund ihrer Smartphone-Nutzung mit einem wahrgenommenen Leistungsverlust zu kämpfen.

In der folgenden Hypothese wurde angenommen, dass Jugendliche, die emotional instabil sind und eher zu Faulheit neigen, aufgrund ihrer Smartphone-Nutzung mit einem wahrgenommenen Leistungsverlust zu kämpfen haben. Um diese Hypothese zu überprüfen, wurde eine Regressionsanalyse durchgeführt. Es zeigte sich ein signifikanter Haupteffekt von „Neurotizismus“ ($\beta = .19, p < .05$). Außerdem konnte ein weiterer signifikanter Effekt für „Gewissenhaftigkeit“ ($\beta = -.20, p < .01$) festgestellt werden (siehe Tabelle 7). Demnach sind die Probanden, welche einen Verlust ihrer Leistung wahrnehmen und damit eher eine Form der Verhaltensabhängigkeit entwickeln können nicht besonders überzeugt von sich selbst und Entscheidungen, die sie treffen.

H11: Jugendliche, die oft niedergeschlagen sind, neigen eher dazu die Nutzung des Smartphones als eine Hauptbeschäftigung anzusehen.

In dieser Hypothese wurde angenommen, dass Jugendliche, die oft deprimiert sind, eher dazu tendieren, die Nutzung des Smartphones als eine Hauptbeschäftigung anzusehen. Zur Überprüfung dieser Hypothese wurde eine Regressionsanalyse gerechnet, die einen signifikanten Haupteffekt von „Neurotizismus“ ($\beta = .19, p < .01$) auf „Preoccupation“ bestätigte. Es kann demnach davon ausgegangen werden, dass insbesondere Nutzer, die das Smartphone nutzen, wenn sie sich niedergeschlagen fühlen, eher dazu tendieren eine Smartphone-Abhängigkeit zu entwickeln. Ein weiterer Haupteffekt wurde für „Verträglichkeit“ ($\beta = -.14, p < .05$) festgestellt (siehe Tabelle 7). Dies bedeutet, dass die Probanden, für welche die Nutzung des Smartphones zu einem beherrschenden Gedanken wird, nicht nur oftmals deprimiert sind, sondern auch dazu neigen, andere zu kritisieren und sich oftmals distanziert und abweisend gegenüber ihren Mitmenschen verhalten.

H12: Jugendliche, die sich leicht verunsichern lassen und sich sehr rücksichtsvoll gegenüber ihren Mitmenschen verhalten, neigen eher dazu eine Verhaltensabhängigkeit zu entwickeln.

Diese Hypothese postulierte, dass Heranwachsende, die leicht zu verunsichern sind und sich oft niedergeschlagen fühlen, eher dazu neigen eine Verhaltensabhängigkeit zu entwickeln. Um diese Annahme zu überprüfen, wurde eine weitere multivariate Regressionsanalyse durchgeführt. In der Analyse zeigte sich ein signifikanter Haupteffekt für „Neurotizismus“ ($\beta = .27$, $p < .01$) auf „Compulsive Internet Use“. Das heißt, für Jugendliche, die emotional instabil handeln und mit Stimmungsschwankungen zu kämpfen haben, steigt das Risiko eine Form der Verhaltensabhängigkeit zu entwickeln enorm an. Weiterhin ergibt sich ein signifikanter Haupteffekt bei der Eigenschaft „Verträglichkeit“ ($\beta = -.27$, $p < .01$). Dies zeigt, dass Probanden, die dazu tendieren sich kalt und distanziert zu verhalten auch eher in der Lage sind eine Smartphone-Abhängigkeit zu entwickeln (siehe Tabelle 7).

Tabelle 7. Regressionsanalytische Vorhersage des Auftretens möglicher Abhängigkeitssymptome anhand der Big Five

	Preoccu- pation		Harmful Conse- quences		Inability to control craving		Productivity Loss		Anxious and Lost		CIUS	
<i>Predictor</i>	<i>b</i>	<i>SE</i>	<i>b</i>	<i>SE</i>	<i>b</i>	<i>SE</i>	<i>b</i>	<i>SE</i>	<i>b</i>	<i>SE</i>	<i>b</i>	<i>SE</i>
Extraversion	.04	.07	-.07	.07	.14*	.07	-.07	.08	.06	.09	-.01	.06
Verträglichkeit	-.14*	.08	-.17*	.09	-.17*	.08	-.11	.09	-.07	.11	-.27**	.08
Gewissenhaftigkeit	-.10	.08	.01	.08	-.08	.08	-.20**	.09	-.05	.10	-.17*	.07
Neurotizismus	.19**	.08	.10	.08	.12	.08	.19*	.09	.16*	.10	.27**	.07
Offenheit	-.03	.08	.02	.08	.10	.08	-.10	.09	.00	.10	.11	.07
Adj. R^2	.36		.26		.33		.30		.28		.32	

*** $p < .001$; ** $p < .01$; * $p < .05$

8.5. Bildung von Nutzertypen

H13: Unterscheiden sich Probanden aufgrund ihrer Persönlichkeitseigenschaften hinsichtlich ihrer Motive der Smartphone-Nutzung?
--

Um die Probanden anhand ihrer Persönlichkeitseigenschaften sowie der Verwendung des Smartphones in Nutzertypen einteilen zu können, wurde eine Clusteranalyse durchgeführt. In die Analyse wurden die Probanden, mit Berücksichtigung des Geschlechts anhand der Motive zur Nutzung des Smartphones einer Clusteranalyse unterzogen. Die Absicht dieser Berechnung bestand darin, die Jugendlichen hinsichtlich ihrer Nutzungsmuster und Persönlichkeitseigenschaften in verschiedene Gruppen zu gliedern.

In der vorliegenden Arbeit wurde die hierarchische Clusteranalyse angewendet. Bei der ausgewählten Ward-Methode werden unterschiedliche Clusterpaare gebildet mit der Absicht, dass die Cluster so homogen wie möglich sind. Das Abstandsmaß stellt die quadrierte euklidische Distanz dar. Es wurde im folgenden Schritt ein sehr breites Intervall an Clusterlösungen sowie das dazugehörige Dendogramm analysiert. Als Kriterium zur Bestimmung der Cluster wurden das Dendogramm und der sprunghafte Anstieg der Koeffizienten miteinander verglichen. Basierend auf dieser Analyse wurde eine Drei-Cluster-Lösung für vorliegende Stichprobe als sinnvoll erachtet. Zur Beschreibung und Charakterisierung der jeweiligen Cluster wurden Mittelwertvergleiche durchgeführt. Mithilfe dieser Vergleiche wurden in einem weiteren Schritt die Persönlichkeitseigenschaften anhand des Big Five Ansatzes und der neuen Clustervariable mit den Motiven der Smartphone-Nutzung verglichen (siehe Tabelle 8). Um eine differenzierte Analyse zu ermöglichen, wurde zusätzlich für jede abhängige Variable eine Varianzanalyse durchgeführt. Die Durchführung des Levene-Tests zur Prüfung der Varianzhomogenität zeigte, dass für die abhängige Variable „Verträglichkeit“ homogene Varianzen vorliegen. Bei den anderen Eigenschaften wurde die Prämisse der Varianzhomogenität verletzt, so dass keine weitere Berechnung durchgeführt werden konnte. Der Post-Hoc-Test (Scheffé) ergab, dass sich die beiden Cluster Companionship & Social Interaction und Eskapismus & Expressive Information Sharing signifikant unterscheiden. Dabei wurde deutlich, dass das Cluster Eskapismus & Expressive Information Sharing höhere Verträglichkeitswerte aufweist als das Cluster Companionship & Social Interaction.

Die Analyse veranschaulicht demnach, dass diejenigen im Cluster Companionship & Social Interaction verträglicher sind als diejenigen im Cluster Eskapismus & Expressive Information Sharing. Zusätzlich gibt es einen tendenziell signifikanten Effekt zwischen Relaxing Entertainment & Habitual Pass Time und Escapism & Expressive Information Sharing (.058). Dieses Ergebnis verdeutlicht, dass diejenigen im Cluster Relaxing Entertainment & Habitual Pass Time verträglicher sind als diejenigen im Cluster Eskapismus & Expressive Information Sharing.

Tabelle 8. Mittelwertvergleich der Clustervariable und den Big Five

Ward Method	Extraversion		Verträglichkeit		Gewissenhaftigkeit		Neurotizismus		Offenheit	
Prädiktor	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
Relaxing Entertainment & Habitual Pass Time	5.19	1.22	4.31	1.17	4.31	1.15	3.62	1.31	5.00	1.09
Eskapismus & Expressive Information Sharing	4.93	1.22	3.90	0.91	4.06	0.96	3.90	0.97	4.90	1.06
Companionship & Social Interaction	4.91	1.76	4.66	1.17	3.84	1.38	3.31	1.39	4.56	1.42
Gesamtsumme	5.04	1.31	4.20	1.10	4.14	1.12	3.69	1.20	4.89	1.14

8.6. Beschreibung der Cluster

Extrovertierte Gewohnheitsnutzer

Cluster 1: Relaxing Entertainment & Habitual Pass Time

Die Mehrheit Probanden nutzt das Smartphone primär zum Zeitvertreib. Dabei geht es insbesondere um die Rezeption unterhaltender Inhalte. Gleichwohl versuchen diese Nutzer mithilfe des mobilen Gerätes den Alltag ausblenden und sich entspannen. Diese Gruppe weist hohe Werte für „Extraversion“ (M = 5.19, SD = 1.22) und „Offenheit für Erfahrungen“ (M = 5.00, SD = 1.09) auf. Folglich sind diese Nutzer nicht nur sehr kreativ und neugierig, was auf eine sehr vielseitige Smartphone-Nutzung schließen lässt, sondern umgeben sich auch gerne mit ihren Freunden und charakterisieren sich durch eine starke Geselligkeit. Im Vergleich zwischen den Geschlechtern fällt auf, dass sich bei den männlichen Probanden der Wert für „Extraversion“ (M = 5.32, SD = 1.38) höher und der Wert für „Neurotizismus“ (M = 3.18, SD = 1.21) wiederum weiteraus niedriger

ansiedelt. Dies bestätigt, dass dieser Nutzertyp das Smartphone insbesondere nutzt, um mittels einfacher unterhaltender Inhalte wie beispielsweise YouTube abzuschalten.

Kreative Zurschausteller

Cluster 2: Escapism & Expressive Information Sharing

Dieses Cluster hat eine ähnlich starke Häufigkeit wie das des Gelegenheitsnutzers. Es charakterisiert sich insbesondere durch das starke Bedürfnis sich ablenken zu wollen und damit die Alltagsroutine zu vergessen und mithilfe des Smartphones in die virtuelle Welt abzutauchen. In dieser Online-Welt finden diese Personen Anerkennung und Bestätigung durch ihr Bedürfnis (persönliche) Informationen mit anderen zu teilen. Das Smartphone dient bei diesem Nutzertyp als Tor in andere Welt und wird damit zu einem relevanten Mittelpunkt im Leben dieser Probanden. Es fällt auf, dass insbesondere die Persönlichkeitskriterien „Offenheit für neue Erfahrungen“ ($M = 4.90$ $SD = 1.05$) hohe Werte und „Verträglichkeit“ ($M = 3.89$, $SD = .97$) vergleichsweise niedrige Werte annehmen. Demnach können diese Probanden zwar als kreativ beschrieben werden, jedoch fühlen sie sich im Umgang mit anderen Menschen oft unbehaglich. Es ist weiterhin anzumerken, dass sich dieser Nutzertyp auch durch „Extraversion“ ($M = 4.93$, $SD = 1.22$) auszeichnet. Hierbei ist anzunehmen, dass diese Geselligkeit auf die Online-Welt übertragen werden kann und mit einer starken Selbstdarstellung einhergeht.

Extrovertierte Traditionsnutzer

Cluster 3: Companionship & Social Interaction

Das letzte Cluster ist das schwächste der drei Gruppen und kennzeichnet sich insbesondere durch die soziale Interaktion. Diese Probanden sind sehr gesellige Menschen, die das Smartphone mit dem Fokus auf der Kommunikation nutzen. Dementsprechend lassen sich für „Extraversion“ ($M = 4.91$ $SD = 1.75$) und „Offenheit für Erfahrungen“ ($M = 4.56$, $SD = 1.41$) sowie „Verträglichkeit“ ($M = 4.66$, $SD = 1.17$) sehr hohe Werte verzeichnen. Es ist anzumerken, dass diese Werte bei weiblichen Nutzerinnen weiteraus höhere Werte annehmen. Demzufolge wird deutlich, dass diese Probanden, ein starkes Bedürfnis nach Kommunikation und Geselligkeit als Priorität für die Nutzung des Smartphones wahrnehmen. Gleichwohl ist zu erwähnen, dass sich bei diesem Cluster die Persönlichkeitseigenschaften der Geschlechter stark unterscheiden.

9. Qualitative Analyse

Die in der Befragungsstudie offen gestellten Fragen sollen im Folgenden analytisch aufgearbeitet werden. Der Fokus gilt insbesondere der Frage, ob sich die Probanden einen Tag ohne ihr Smartphone vorstellen können und inwieweit sich dieser Tag von anderen Tagen unterscheidet.

9.1. Vernetztheit versus Einsamkeit

Die unzähligen Vorteile, welche die Nutzung des Smartphones bietet, sind für die Nutzer zu einem wichtigen Alltagsbestand geworden. Jugendliche sind seit frühester Kindheit von Medien umgeben und haben gelernt diese in ihre lebensweltlichen Aktivitäten zu integrieren. Es entstehen zahllose Alltagserleichterungen, die als solche jedoch als selbstverständlich anerkannt werden. Sei es die Erledigung der Hausaufgaben, die Koordinierung der Freizeitaktivitäten oder die Kommunikation – Dabei nimmt die Nutzung des Smartphones einen erheblichen Zeitfaktor des Tages ein. Insbesondere die Zeit „online“ steigert sich jährlich enorm, da jede freie Minute beispielsweise in öffentlichen Verkehrsmitteln, in einer Pause zwischen Unterrichtseinheiten oder in der Freizeit genutzt wird, um die Lieblingsapps zu „checken“. Dabei stellt sich die Mehrheit der Nutzer einen Tag ohne das Smartphone als sehr „langweilig“ vor. Die Aussagen der Jugendlichen verdeutlichen, dass die Nutzung des Smartphones sehr unterschiedlich wahrgenommen wird. Einerseits kommuniziert die Mehrheit der Heranwachsenden primär mit dem Smartphone. Sie sind immer „auf dem Laufenden“, jederzeit erreichbar und haben infolgedessen ständig den Drang freie Zeit mit dem Smartphone zu kompensieren.

„Ich wüsste nicht was so passiert in der Aussenwelt. Ich hätte keine Hausaufgaben. Ich könnte mich nicht mit anderen über Neues reden“

Wie dieses Zitat verdeutlicht wird das Smartphone als eine Art Anker zu Außerwelt wahrgenommen. Viele fühlen sich „ausgeschlossen“, wenn sie sich vorstellen sollen ihr Smartphone für einen Tag nicht zu nutzen. Dabei tragen nicht nur traditionelle Kommunikationskanäle zur Interaktion bei, sondern vielmehr WhatsApp, YouTube, Facebook und Co. Andererseits empfinden viele Heranwachsende diesen vermeintlichen Vorteil des Smartphones als Bürde, da sie sich durch die Nutzung des Geräts und die ständige Erreichbarkeit in ihren Handlungen eingeschränkt fühlen. Es scheint, als ob die Möglichkeit einer Smartphone-Abstinenz als ein wünschenswerter Zustand angesehen wird.

„Ohne Handy bin ich viel entspannter und habe nicht den Drang auf dem Laufenden bleiben zu müssen. Ohne Handy habe ich das Gefühl, dass ich Missverständnisse vermeide, denn viele Missverständnisse geschehen über WhatsApp etc. Ich mag es auch gerne mehr Zeit mit meiner Familie zu verbringen, denn mit meinem Handy bin ich oft über einen längeren Zeitraum in meinem Zimmer allein.“

Es fällt auf, dass die Zeit ohne das Smartphone als ein Zustand realisiert wird, in dem die Jugendlichen sich mehr persönlichen Kontakten insbesondere zur eigenen Familie oder Hobbies widmen. Trotz der Mobilität des Smartphones wird die Kommunikation als ein Raum beschrieben, der isoliert wahrgenommen wird. Die Kommunikation scheint die Jugendlichen in ihrem Freiraum nach „draußen“ zu gehen und mit Freunden zu „spielen“ zu behindern. Ein Heranwachsender beschreibt die Situation folgendermaßen:

„Ich hätte mehr Zeit und wäre wahrscheinlich mehr draußen und würde mich mit Freunden treffen.“

Wie dieses Zitat veranschaulicht kann, die Nutzung des Smartphones auch zu einer Einschränkung der Aktivitäten der Jugendlichen führen. Die Kommunikation wird durch Messenger und soziale Netzwerke zwar im gewissen Sinne leichter und nimmt als logische Folgerung enorm zu, allerdings scheint es so als ob Heranwachsende mit dieser Kommunikationsflut teilweise überfordert sind. Weiterhin wird deutlich, dass die Heranwachsenden ihre Offline-Aktivitäten wesentlich bewusster wahrnehmen. Mit dieser lebensweltlichen Erfahrung werden ausschließlich positive Ereignisse in Verbindung gebracht.

10. Diskussion

Die Sonne geht auf, der Wecker klingelt – der Tag startet für die Mehrheit der Jugendlichen mit einem Blick auf das Smartphone und begleitet die Heranwachsenden bis der Tag sein Ende findet. Die mit dem Smartphone verbundene Mobilität, sowie die Möglichkeit der Unterwegs-Nutzung machen dieses technische Gerät zu einem Allrounder in jeder Lebenssituation. Die Studie des Forschungsverbandes Südwest (2014) bestätigt, dass 88 Prozent der in Deutschland lebenden Jugendlichen zwischen 12 bis 19 Jahren ein Smartphone besitzen. Diese enorme Verbreitung des mobilen Geräts verdeutlicht die gesellschaftliche Relevanz und gibt Anlass nicht nur die Chancen, sondern ebenso die Risiken, welche mit der Nutzung in Verbindung stehen, zu untersuchen. Dabei war es das Ziel der vorliegenden Arbeit insbesondere auf die Gefahren einer exzessiven Nutzungsform hinzuweisen, und damit einhergehend eine gefährdete Nutzergruppe zu identifizieren. 95 Prozent der Probanden, die an der Studie teilgenommen haben besitzen ein Smartphone – demnach haben lediglich 5 Prozent der Probanden kein Smartphone. Dies ist eine deutliche Steigerung im Vergleich zur Studie des Forschungsverbundes Südwest (88 %). Diese Ergebnisse verdeutlichen, dass das Smartphone zu einem integralen Bestandteil des Alltags der Jugendlichen geworden ist. Es zeigt sich, dass insbesondere Mädchen, das Smartphone als ihr Lieblingsmedium beschreiben und sich auch in der wahrgenommenen Nutzungshäufigkeit höher einschätzen als die männlichen Nutzer.

Weiterhin scheinen Jugendliche das Smartphone insbesondere zur Rezeption unterhaltender Inhalte zu nutzen. Funktionen, wie das Schauen von Videos, Musikhören und das Spielen mittels verschiedener Applikationen nehmen eine enorme Bedeutung im Alltag der Heranwachsenden ein. Gleichwohl geht es ebenfalls darum, sich infolge der ständigen Verfügbarkeit des Smartphones immer auf dem Laufenden zu halten (vgl. Smock et al., 2011). Demnach gilt das mobile Gerät als Anker zu Außenwelt, der in jeder freien Minute durch ein paar Bewegungen anhand zahlreicher Online-Aktivitäten Aufschluss über Neuigkeiten der Welt, aber vor allem des sozialen Umfelds bietet. Es zeigt sich demnach, dass die intensive Verwendung des Smartphones auf eine inhaltspezifische Nutzung hindeutet. Dies bestätigt die Annahme von Davis (2001), der davon ausgeht, dass die exzessive Internet-Nutzung mit einem spezifischen Nutzungsmuster einhergeht. Dabei sollen diese Anwendungen bei der Verwendung des Smartphones insbesondere dazu beitragen, das Bedürfnis nach Entspannung und Erholung zu befriedigen und damit die Unruhe des Alltags zu kompensieren. Die

präferierte Rezeption unterhaltender Inhalte zeigt jedoch auch, dass Smartphone-Nutzer nicht immer eine aktive Rolle übernehmen wollen. Es ist naheliegend, dass die Medienwahl demnach primär affektiv getroffen wird, um den Entscheidungsprozess zu beschleunigen. Dabei spielt auch die „Macht der Gewohnheit“ eine relevante Rolle, denn positive Erfahrungen die sich im Gedächtnis verankert haben, werden wiederholt, damit dieser Erregungszustand wieder eintreten kann (vgl. Zillmann, 1988a).

Anhand der Analyse wird außerdem deutlich, dass die Heranwachsenden das Smartphone als Beziehungsmedium einsetzen. Insbesondere der Messenger WhatsApp ist bei der überwiegenden Mehrheit der Jugendlichen fast ausnahmslos unter den Top 3 der beliebtesten Applikationen. Familie, Freunde und Bekannte können immer und überall über das Smartphone erreicht werden. Der intensiven Kommunikation mit den Peers wird demnach eine enorme Bedeutung beigemessen (Grellhesl & Punyanunt-Carter, 2012). Dies verdeutlicht die Aussage eines Jugendlichen, der einen Tag ohne sein Smartphone beschreibt: „Ich kann nicht mit Freunden kommunizieren das bedeutet schlechte Laune“. Es besteht demnach das Bedürfnis ständig Gedanken auszutauschen und alltägliche Erlebnisse mit Freunden zu teilen. Andere Motive wie die Nutzung, um Langeweile zu vertreiben sowie der schlichte Zeitvertreib nehmen bei den Heranwachsenden einen nahezu ebenso so hohen Stellenwert ein (vgl. Papacharissi & Mendelson, 2011). Dabei spielt auch das Ausklinken aus dem stressigen Alltag eine Rolle. Die virtuelle Welt bietet den Anreiz sich völlig neu zu bestimmen und damit eine moderne Form der Zugehörigkeit. Dabei suchen Jugendliche vor allem nach Anerkennung und Bestätigung ihrer Peer Group. In einer Realität, in der sich Jugendliche über Profile im Netz definieren, wächst das Selbstdarstellungspotential enorm an (vgl. Hasebrink et al., 2008). Insbesondere Jugendliche werden zu einer gefährdeten Zielgruppe, die sich auf zahlreichen sozialen Plattformen präsentieren, Freunde, Likes und Shares werden gesammelt, um damit die „Popularität“ zu steigern. Der Übergang in die Online-Welt wird immer fließender, so dass Kinder und Heranwachsende die Gefährdung, welche von einer exzessiven Nutzung ausgeht, nicht bemerken. Die Nähe zwischen virtueller Welt und Realität wird damit zu einem Raum, in dem Grenzen mehr und mehr zu verschwimmen scheinen. Demzufolge steigt auch das Risiko, dass vor allem Heranwachsende in eine virtuelle Welt flüchten, da sie online eine größere Selbstbestimmtheit wahrnehmen.

Das Smartphone dient den Jugendlichen primär, um bestehende Bedürfnisse zu befriedigen. Diese Sehnsüchte des Nutzers sind wiederum eng mit individuellen

Persönlichkeitsmerkmalen verbunden. Anhand der vorliegenden Studie zeigt sich, dass verschiedene persönliche Eigenschaften die Smartphone-Nutzung beeinflussen. Insbesondere extravertierte Nutzer, die als sehr gesellig, aktiv und offen für neue Erfahrungen charakterisiert werden und sich infolgedessen eher realen sozialen Interaktionen widmen, können als eine „Low-Risk Group“ identifiziert werden. Nutzer, die wiederum als launisch wahrgenommen werden und sich oft niedergeschlagen fühlen, tendieren eher dazu zu einer „High-Risk Group“ zu gehören. Sie neigen dazu andere zu kritisieren und fühlen sich im Umgang mit ihren Peers oftmals unwohl. Diese Nutzer neigen infolge dessen dazu, sich dem Smartphone in exzessiver Form zu widmen und damit in eine virtuelle Realität zu flüchten, die ihnen Sicherheit vermittelt. Dabei zeigt sich, dass bei den gefährdeten Nutzern insbesondere das Bedürfnis nach Entspannung und Ablenkung eine relevante Rolle einnimmt. Die temporäre Nichtnutzung wird als eine Phase wahrgenommen, die überwunden werden muss und sich durch einen beherrschenden Gedanken an das mögliche Verpassen von Mitteilungen oder Telefonaten kennzeichnet. Es entsteht demzufolge ein gesteigertes Bedürfnis sich in jeder Situation absichern zu können.

„ich hätte keine Uhrzeit, keinen Wecker, könnte nicht mit Freunden schreiben, sehe nicht wer Geburtstag hat, könnte nichts fotografieren oder auch keine Bilder anschauen oder versenden, würde nicht auf dem laufenden sein, würde nicht im Internet Hilfe bekommen, die ich für die Hausaufgaben oder Schule benötige. ich wäre nicht erreichbar, könnte im Notfall niemanden anrufen oder angerufen werden.“

Die vielfältigen Funktionen, welche mit dem Besitz des mobilen Begleiters gewährleistet werden, tragen demnach dazu bei, dass die Nutzer sich durch eine Nichtnutzung in ihren Handlungen eingeschränkt fühlen. Weiterhin zeigt sich, dass infolge der intensiven Smartphone-Zuwendung ein starker Leistungsverlust wahrgenommen wird. Das heißt betroffene Nutzer sind nicht in der Lage ihre schulischen Aufgaben gewissenhaft zu erfüllen. Alltagsprobleme werden durch die intensive Smartphone-Nutzung zunehmend verdrängt. Die Ablenkung durch das mobile Gerät wird nicht nur zu einem beherrschenden Gedanken, sondern wird durch die intensive Nutzungshäufigkeit eine Hauptbeschäftigung des Alltags. Diese Symptome machen auf die enorme Relevanz dieser Problematik aufmerksam und verdeutlichen, dass eine exzessive Smartphone-Nutzung folgenreiche Konsequenzen auf das Leben des Betroffenen hat.

Die zu Beginn der Arbeit aufgestellte Forschungsfrage, inwieweit sich aufgrund von Nutzungsmotiven und Persönlichkeitsmerkmalen eine exzessive Smartphone-Nutzung feststellen lässt, ist demnach sehr vielschichtig. Schlussfolgernd konnte gezeigt werden,

dass Jugendliche das Smartphone nicht nur zur Kommunikation oder Rezeption unterhaltender Inhalte verwenden, sondern ebenso um den Drang nach Selbstdarstellung zu befriedigen. Weiterhin konnte festgestellt werden, dass die Persönlichkeitsmerkmale Neurotizismus, (kompetitive) Konkurrenz und Nachlässigkeit stark in Verbindung stehen mit einer Ausprägung der Smartphone-Abhängigkeit.

10.1. Limitationen

Die vorliegende Arbeit hatte die Absicht einen Zusammenhang der exzessiven Smartphone-Nutzung und den Verhaltensweisen Jugendlicher herzustellen. Das Novum lag dabei insbesondere in der Korrelation zwischen mehreren Einflüssen, die eine Entwicklung einer Verhaltensabhängigkeit beeinflussen. Dabei müssen jedoch einige Einschränkungen dieser Studie beachtet werden: Es konnte zwar eine „High Risk“ Gruppe identifiziert werden, allerdings müsste diese Gruppe genauer spezifiziert werden, um Rückschlüsse auf eine mögliche Smartphone-Abhängigkeit zuzulassen. Dabei ließ sich allerdings kein Effekt durch Mediatoren wie Alter oder Bildung feststellen.

Des Weiteren ließen sich anhand der jugendlichen Nutzungsmotive und Persönlichkeitsmerkmalen lediglich zwei prägnante Gruppen kategorisieren. Es lässt sich aus den Daten lesen, dass Jugendliche kaum den Faktor der sozialen Interaktion beachtet haben. Auch Nutzungsmotive, welche dem Sinn für Gemeinschaft und Zugehörigkeit zugeordnet wurden, konnten in der Analyse kaum nachgewiesen werden. Basierend auf der qualitativen Analyse der offenen Fragen, stellte sich allerdings heraus, dass Jugendliche der Interaktion mit ihren Peers eine enorme Bedeutung beimessen. Durch die enorme Präsenz verschiedener Applikationen wie Instant Messenger und Soziale Netzwerke ist demnach eine klare Kommunikation zwischen den Jugendlichen nachweisbar. Da dieser Einfluss in der statistischen Analyse allerdings nicht nachvollzogen werden konnte, wird angenommen, dass die dazugehörigen Items im Fragebogen möglicherweise eine falsche Interpretation zuließen. Es scheint naheliegend, dass Jugendliche sich infolge der starken Kommunikation mit Freunden, Familie und Bekannten dem Smartphone in einer intensiven Form widmen.

Weiterhin wurde die Einstellung bezüglich des Smartphones nicht in vollem Maße überprüft. Lediglich ein Item wurde erhoben, um eine positive oder eher negative Einstellung zu messen. Dabei wurde dieses Item bereits zu Beginn des Fragebogens platziert. Sinnvoll wäre es allerdings mehrere Items zu verwenden, die eine validere Messung ermöglichen. Eine ähnliche Erweiterung bietet sich für die Messung der

Nutzungshäufigkeit an, so dass Jugendliche gezielt zu ihrem Nutzungsverhalten befragt werden.

Bezüglich der Skalen, die verwendet wurde, hat sich gezeigt, dass insbesondere die „Compulsive Internet Scale“ auch durchaus für die Messung der exzessiven Nutzung des Smartphones verwendet werden kann. Allerdings gab es infolge der beiden Skalen („Smartphone Addiction Scale“ & „Compulsive Internet Scale“), die zur Messung der exzessiven Smartphone-Nutzung eingesetzt wurden einige Dopplungen bei den verwendeten Items. Um dies zu vermeiden, wäre es ratsam zukünftig lediglich eine Skala zu verwenden. Es sind allerdings weitere Studien und vor allem die Weiterentwicklung der Skala notwendig, um alle Mechanismen und Konsequenzen zu entschlüsseln.

Darüber hinaus entstanden bei der Methodenwahl der Online-Befragung einige Nachteile. So konnten die Lehrer, welche die Klassen während der Durchführung der Studie beaufsichtigt haben, nicht in vollem Maße darauf Acht geben, dass alle Schüler die Studie gleichermaßen gewissenhaft ausfüllen. Aus diesem Grund gab es eine relativ hohe Abbruchquote, der Schüler, welche die Studie nicht beendet haben. Außerdem ist anzumerken, dass bei der Online-Befragung die interne Validität vermindert wird, da Störvariablen schwer zu kontrollieren sind. Idealerweise könnte bei der weiteren Forschung mit Kindern und Jugendlichen darauf geachtet werden, dass kleinere Klassen befragt werden, so dass den Schülern zu Beginn und am Ende der Unterrichtseinheit die Thematik der Studie näher gebracht werden kann. Damit entstehen nicht nur aktuelle wissenschaftliche Ergebnisse, sondern ebenso ein erweitertes Wissen bei den Jugendlichen.

10.2. Implikationen für zukünftige Forschung

In der vorliegenden Arbeit konnte ein Einfluss spezifischer Persönlichkeitseigenschaften auf die exzessive Smartphone-Nutzung nachgewiesen werden. Ebenso ergab die statistische Analyse einen Effekt der Nutzungsmotive auf die exzessive Verwendung des mobilen Geräts. Es konnte allerdings nicht geklärt werden, ob die Probanden sich darüber bewusst sind, ob sie einer gefährdeten Nutzergruppe angehören. Demnach könnte in zukünftigen Untersuchungen insbesondere auf die Selbsteinschätzung der Smartphone-Nutzung eingegangen werden. Weiterhin könnte auch die

Medienkompetenz Rückschlüsse über eine mögliche Ausprägung der Abhängigkeit liefern. Man könnte untersuchen, ob Nutzer mit einer niedrigen Medienkompetenz eher eine Form der Verhaltensabhängigkeit entwickeln als Nutzer, die eine sehr starke Kompetenz aufweisen. In dieser Untersuchung könnte das formale Bildungsniveau ebenfalls als moderierende Variable eingesetzt werden.

Kinder wachsen in einer mediatisierten Welt auf. Infolge der immensen Verbreitung des Smartphones werden insbesondere Heranwachsende sozusagen medial sozialisiert. Die vorliegende Arbeit konnte keine Effekte des Alters auf die exzessive Nutzung nachweisen. Demnach könnten zukünftige Studien auf die moderierende Variable des Alters eingehen. Es wäre beispielsweise sinnvoll einen Vergleich der Nutzungspräferenzen zwischen jungen Heranwachsenden und älteren Jugendlichen durchzuführen, um damit die High-Risk Gruppe von einer nicht gefährdeten Nutzergruppe zu unterscheiden.

Des Weiteren konnte in der vorliegenden Arbeit bereits festgestellt werden, dass insbesondere (reale) soziale Aktivitäten von den Jugendlichen als sehr positiv wahrgenommen werden. Durch die Verwendung des Smartphones fühlen sich allerdings einige Nutzer in ihren Handlungen eingeschränkt. Die Möglichkeit einer Abstinenz des Smartphones dagegen zeigt, dass die Heranwachsenden mehr Zeit in der Natur verbringen würden. Die Nutzung des mobilen Gerätes ist demnach auf einen „Raum“ beschränkt, der die Heranwachsenden in ihren Möglichkeiten auf die virtuelle Welt beschränkt. Es scheint als ob Jugendliche demnach auch negative Aspekte mit der Nutzung des Smartphones verbinden. Dieses Phänomen und die damit einhergehende negative Einstellung gegenüber dem Smartphone könnte in einer weiteren Studie untersucht werden.

10.3. Praktische Implikationen

Die Digitalisierung und die damit begründete Entwicklung zahlreicher technischer Innovationen bereichern viele Bereiche der Gesellschaft. Gleichwohl geht mit dieser Dynamik eine Veränderung des Wirkungsansatzes einher, welche neu erfunden werden muss. Auch wenn es sich bei Kindern und Jugendlichen der heutigen Generationen um „Digital Natives“ handelt, gibt es noch vergleichsweise wenig Forschung über den Wirkungsgrad der multifunktionalen digitalen Medien. Dabei konnte sich kaum eine

technische Innovation bisher in dieser Geschwindigkeit durchsetzen wie das Smartphone. Insbesondere bei der Mehrheit der Heranwachsenden ist das mobile Endgerät mit universellem Zugang zum World Wide Web zu einem unverzichtbaren Bestandteil des alltäglichen Lebens geworden. Es wird nicht nur als Kommunikationsmedium verwendet, um soziale Interaktionen zu fördern, sondern ebenso als Unterhaltungs- und Informationsmedium. Dabei spielen insbesondere der Spaßfaktor, der Zeitvertreib sowie die Gewohnheitsnutzung eine relevante Rolle bei den Nutzungsmotiven der Jugendlichen. Ein weiteres Bedürfnis, welches sich innerhalb der letzten Jahre etabliert hat, ist das „sich auf dem Laufenden halten“. Seit der Verbreitung des sozialen Netzwerks Facebook können sich Nutzer über die Neuigkeiten ihrer Bekanntschaften „informieren“. Dabei erhält das Verb „sich informieren“ eine völlig neue Bedeutung. Lebensereignisse, aber auch banale Aktivitäten werden geteilt und können von „Freunden“ kommentiert, geliked oder geshared werden. Damit setzt sich eine neue gesellschaftlich etablierte Form der Kommunikation durch, welche das Selbstdarstellungspotential deutlich erhöht. Gleichwohl wird auch das soziale Interesse an Ereignissen von Freunden in gewisser Form teilhaben zu können gefördert. Ebenso kann durch die Verbreitung dieser persönlichen Informationen ein Zugehörigkeitsgefühl, welches insbesondere im Jugendalter einen enormen Stellenwert besitzt, entstehen.

Neben den zahlreichen Chancen, welche das Smartphone für Jugendliche bietet, geht mit der Nutzung jedoch auch eine Vielzahl von Risiken einher. Die Thematik der exzessiven Nutzung des Smartphones als gesellschaftliches Problem findet bisher allerdings wenig Beachtung. Vielmehr wird eine allgemeine Steigerung der digitalen Medien wahrgenommen. Umso essentieller ist es, die Gesellschaft auf dieses Problem aufmerksam zu machen und insbesondere die gefährdete Nutzergruppe der Jugendlichen vor einer möglichen Verhaltensabhängigkeit zu schützen. Ein wichtiger Schritt könnte die Aufklärung in Schulen zur Prävention exzessiven Medienkonsums einnehmen. Demzufolge sollte eine starke Medienkompetenz in Schulen gefördert werden, damit problematische Verhaltensmuster vermieden werden können. Insbesondere im Kindes- und Jugendalter wird Eltern geraten intensiv auf die medialen Praktiken ihrer Kinder einzugehen. Dabei sollte nicht nur ein Interesse am Freizeitverhalten der Heranwachsenden entwickelt werden, sondern gleichwohl der Austausch über mediale Nutzungsgewohnheiten stattfinden. Vor allem in der Pubertät steigt das Bedürfnis der Heranwachsenden nach Selbstdarstellung. Wie bereits beschrieben, wird dieses zunehmend durch die Anerkennung und Bestätigung in sozialen Netzwerken gestillt. Dabei fördert die mediatisierte Gesellschaft dieses Bedürfnis, da dieses durch Rollenvorbilder in zahlreichen medialen Kanälen vorgelebt

wird. Es scheint so, als ob die Risiken eines problematischen Konsums ausgeblendet werden, so dass der ubiquitäre Umgang mit dem mobilen Begleiter zur Selbstverständlichkeit wird.

11. Literaturverzeichnis

- Allport, G. W. (1937). *Personality: A psychological interpretation*. New York: Henry Holt and Company.
- American Psychiatric Association (2013). *Diagnostic and statistical manual of mental disorders* (5th ed.). Washington, DC: APA.
- Amichai-Hamburger, Y., Wainapel, G., Fox, S. (2002). On the Internet no one knows I'm an Introvert: Extroversion, Neuroticism and Internet Interaction. *CyberPsychology and Behaviour*, 5, 125-128.
- Asendorpf, J. B. (2004). *Psychologie der Persönlichkeit*. Berlin: Springer.
- Baacke, D., Vollbrecht, R., Sander, U. (1990). *Lebenswelten sind Medienwelten. Lebenswelten Jugendlicher*. Opladen: Leske+Budrich.
- Barrick, M.R. & M.K. Mount (1991). The Big Five Personality Dimensions and Job Performance: A meta-analysis. *Personnel Psychology*, 44, 1-26.
- Batinic, B. & Appel, M. (2008). *Medienpsychologie*. Heidelberg: Springer.
- Batthyány, D./ Pritz, A. (2009). *Rausch ohne Drogen: Substanzungebundene Süchte*. Wien: Springer.
- Benet-Martínez, V. & John, O. P. (1998). Los Cinco Grandes across cultures and ethnic groups: Multitrait multimethod Analyses of the Big Five in Spanish and English. *Journal of Personality and Social Psychology*, 75, 729-750.
- Beutel, M.E., Hoch, C., Wölfling, K. & Müller, K.W. (2011). Klinische Merkmale der Computerspiel- und Internetsucht am Beispiel der Inanspruchnehmer einer Spielsuchtambulanz. *Zeitschrift für Psychosomatische Medizin und Psychotherapie*, 57, 77-90.
- Bian M/ Leung L (2014): Linking Loneliness, Shyness, Smartphone Addiction Symptoms, and Pattern of Smartphone Use to Social Capital. In: *Social Science Computer Review* 33(1), 1-19.
- Bianchi, A. & Phillips, J. (2005). Psychological Predictors of Problem Mobile Phone Use. *CyberPsychology & Behavior*, 8, 39-51.
- Bilke-Hentsch, O. (2014). *Praxisbuch Verhaltenssucht: Symptomatik, Diagnostik und Therapie bei Kindern und Jugendlichen*. Mannheim: Thieme.
- Bonfadelli, H. (2004). Neue Perspektiven: Medienzuwendung als soziales Handeln. In: H. Bonfadelli (Hrsg.), *Medienwirkungsforschung I. Grundlagen* (S. 167-207). Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.

- Brosius, H.-B., Koschel, F., Haas, A. (2008). Methoden der empirischen Kommunikationsforschung. Eine Einführung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Brosius, H.-B., Weaver, J.B. (1994). Mood Influence on the appeal of bad News. *Journalism Quarterly*, 71(3), 689-696.
- Burgess, J. & Green, J. (2013). YouTube: Online Video and Participatory Culture. Cambridge: Polity Press.
- Burst, M. (1999). Zuschauerpersönlichkeit als Voraussetzung für Fernseh motive und Programmpräferenzen. *Medienpsychologie*, 11(3), 157-181.
- Butt, S. & Phillips, J.G. (2008). Personality and self reported Mobile Phone Use. *Computers in Human Behavior*, 24, 346-360.
- Cattell, R. B. (1946). The Description and Measurement of Personality. New York: Yonkers
- Costa, P.T. & McCrae, R.R. (1992). Revised NEO Personality Inventory (NEO-PI-R) and NEO Five- Factor Inventory (NEO-FFI). Odessa, FL: Psychological Assessment Ressources.
- Chittaranjan, G., Blom, J. & Gatica-perez, D. (2013). Mining Large-Scale Smartphone Data for Personality Studies. *Personal and Ubiquitous Computing*, 17(3), 433-450.
- Church, K. & de Oliveira, R. (2013). What's up with Whatsapp? Comparing Mobile Instant Messaging Behaviors with Traditional SMS. In: Proceedings of the 15th International Conference on Human-computer Interaction with Mobile Devices and Services, MobileHCI 2013, 352-361.
- Davis, R.A. (2001). A Cognitive-Behavioral Model of Pathological Internet Use. *Computers in Human Behavior*, 17, 187-195.
- Davis R.A., Flett G.L. & Besser A. (2002). Validation of a new Scale for Measuring Problematic Internet Use: Implications for Preemployment Screening. *CyberPsychology & Behavior*; 5, 331-345.
- Digman, J. M. (1989). Five robust Trait Dimensions: Development, Stability, and Utility. *Journal of Personality*, 57, 195-214.
- Dreyer, S., Hasebrink, U., Lampert, C., Schröder, H.-D. (2013). Herausforderungen für den Jugendmedienschutz durch digitale Medienumgebungen. *Soziale Sicherheit (CHSS)*, 4, 195-199.
- Eimeren, B. (2013). Always on – Smartphone, Tablet & Co. Als neue Taktgeber im Netz. Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2013. In: *Media Perspektiven*, 7(8), 386-390.

- Eysenck, H. J. (1947): Dimensions of personality. London: Routledge & Kegan Paul.
- Ferchhoff, W. & Hugger, K.-W. (2014). Zur Genese und zum Bedeutungswandel von Gleichaltrigengruppe. Lokale, de-lokalisierende und virtuelle Tendenzen. In: K.-W. Hugger (Hrsg.), Digitale Jugendkulturen (S. 251-264). Wiesbaden: Springer VS.
- Fröhlich, J. & Lehmkuhl, G. (2012). Computer und Internet erobern die Kindheit. Vom normalen Spielverhalten bis zur Sucht und deren Behandlung. Stuttgart: Schattauer.
- Goldberg, L. R. (1981). Language and Individual Differences: The Search for Universals in Personality Lexicons. In: L. Wheeler (Eg.), Review of Personality and Social Psychology (S. 141-165). Beverly Hills: Sage.
- Grellhesl, M. & Punyanunt-Carter, N.M. (2012). Using the uses and gratifications theory to understand gratifications sought through text messaging practices of male and female undergraduate students. Computers in Human Behavior, 28(6), 2175-2181.
- Griffiths, M.D., King, D. & Demetrovics, Z. (2014). DSM-5 Internet Gaming Disorder needs a unified Approach to Assessment. Neuropsychiatry 4, 1-4.
- Griffiths, M. (1999). Internet Addiction: Fact or Fiction? Psychologist, 12, 246-250.
- Grohol, J.M. (1999). Internet Addiction Guide. In: Mental Health Net. <http://psychcentral.com/netaddiction/> (07.04.2015)
- Grüsser S.M., Poppelreuter S., Heinz A., Albrecht U., Sass H. (2007) Verhaltenssucht. Eine eigenständige diagnostische Einheit? In: Nervenarzt 78 (9): 997-1002.
- Grüsser, S. & Thalemann, C. (2006). Verhaltenssucht. Diagnostik, Therapie, Forschung. Bern: Huber.
- Ha, J. H., Yoo, H. J., Cho, I. H., Chin, B., Shin, D. & Kim, J. H. (2006). Psychiatric Comorbidity assessed in Korean Children and Adolescents who screen positive for Internet Addiction. Journal of Clinical Psychiatry, 67, 821-826.
- Hahn, A. & Jerusalem, M. (2010). Die Internetsuchtskala (ISS). Psychometrische Eigenschaften und Validität. Geschichte und Definition des Konstruktes „Internetsucht“. In: D. Mücken, A. Teske, F. Rehbein & B. te Wildt (Hrsg.), Prävention, Diagnostik und Therapie von Computerspielabhängigkeit (S. 185-204). Lengerich: Pabst Science Publishers.
- Hajok, D./Rommeley, J. (2014): Exzessive Mediennutzung: Perspektiven auf eine Risikodimension des Medienumgangs Jugendlicher. JMS Report, 2, 2-6.
- Hasebrink, U., Livingstone, S., Haddon, L. (2008). Comparing Children's Online Opportunities and Risks across Europe: Cross-national Comparisons for EU Kids Online. London.

- Horvath, C. (2004). Measuring Television Addiction. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 48, 378–398.
- Hugger, K.-U. (2014). *Digitale Jugendkulturen. Von der Homogenisierungsperspektive zur Anerkennung des Partikularen*. Wiesbaden: Springer VS.
- Jansen, J. (2015). Videoplattform YouNow. Seelentrip für Unbekannte. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*. <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/medien/bei-younow-streamen-jugendliche-ihr-leben-ins-netz-13436067.html> (08.04.2015).
- Hugger, K.-U. (2008): *Handbuch Medienpädagogik*. Wiesbaden: Springer VS.
- Janssen, J. & Laatz, W. (2013). *Statistische Datenanalyse mit SPSS. Eine anwendungsorientierte Einführung in das Basissystem und das Modul Exakte Tests*. Hamburg: Springer.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture. Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press.
- John, O.P. & Srivastava, S. (1999). The Big Five Trait Taxonomy: History, Measurement, and theoretical Perspectives. In: L.A. Pervin & O.P. John (Ed.), *Handbook of Personality: Theory and research* (S. 102-138). New York: Guilford Press.
- John, O. P., Donahue, E. M., Kentle, R. L. (1991). The „Big Five“ Inventory – Versions 4a and 5a. Berkeley: University of California, Berkeley, Institute of Personality and Social Research.
- Kammerl, R., Hirschhäuser, L., Rosenkranz, M., Schwinge, C., Hein, S., Wartberg, L. et al. (2012). EXIF – Exzessive Internetnutzung in Familien. Zusammenhänge zwischen der exzessiven Computer- und Internetnutzung Jugendlicher und dem (medien-) erzieherischen Handeln in den Familien, Berlin (Bundesministerium für Familie, Senioren und Jugend). Berlin.
- Katz, E., Gurevitch, M. & Haas, H. (1973). On the Use of the Media for important Things. *American Sociological Review*, 38, 164-181.
- King, D. L. & Delfabbro, P. H. (2013). Issues for DSM-5: Videogaming Disorder? *Australien and New Zealand Journal of Psychiatry*, 47, 20-22.
- Klein, M. (2008). *Kinder und Suchtgefahren. Risiken - Prävention - Hilfe*. Stuttgart: Schattauer.
- Knobloch-Westerwick, S. (2006). Mood Management: Theory, Evidence, and Advancements. In: J. Bryant & P. Vorderer (Ed.) *The Psychology of Entertainment* (S. 239-254). New York: Laurence Erlbaum.
- Kochanska, G., Friesenborg, A.E., Lange, L.A., Martel, M.M. (2004). Parents' Personality and Infants' Temperament as Contributors to their emerging Relationship. *Journal of*

- Personality and Social Psychology, 86, 744-759.
- Kraut, R., Patterson, M., Lundmark, V., Kiesler, S., Mukapadhyay, T., Scherlis, W. (1998). Internet-Paradox: A Social Technology that reduces Social Involvement and Psychological Well Being? *American Psychologist*, 53, 1017–1031.
- Krotz, F. & Schulz, I. (2014). Jugendkulturen im Zeitalter der Mediatisierung. In: Hugger, K. (Hrsg.): *Digitale Jugendkulturen* (S. 31-44). Wiesbaden: Springer VS.
- Lane, W. & Manner, C. (2012). The Influence of Personality Traits on Mobile Phone Application Preferences. *Journal of Economics & Behavioral Studies*, 4(5), 252-260.
- McCrae, R.R. & Costa, P.T. (1987). Validation of the Five-Factor Model of Personality across Instruments and Observers. *Journal of Personality and Social Psychology*, 52, 81-90.
- McQuail, D. (1984). With the Benefit of Hindsight: Reflections on Uses and Gratifications Research. *Critical Studies in Mass Communications*, 1(2), 81-193.
- Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2014). JIM 2014. Jugend, Information, (Multi-)Media. http://www.mpfs.de/fileadmin/JIM-pdf14/JIM-Studie_2014.pdf (08.04.2015).
- Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2013). JIM 2013. Jugend, Information, (Multi-)Media. <http://www.mpfs.de/fileadmin/JIM-pdf13/JIMStudie2013.pdf> (08.04.2015).
- Meeßen-Hühne, H. (2013). Exzessive Mediennutzung – Anregungen für die Elternmedienarbeit. In: J. Fromme (Hrsg.): *Medien - Bildung - Schule. Dokumentation der ersten Netzwerktagung Medienkompetenz Sachsen-Anhalt* (S. 109-118). Magdeburg: Otto-von-Guericke-Universität.
- Mitteldeutscher Rundfunk (2015). Streaming Portal „YouNow“ – Gefahr oder Panikmache? <http://www.mdr.de/nachrichten/younow100.html> (14.04.15).
- Moody, E. J. (2001). Internet use and its relationship to loneliness. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 4, 393–401.
- Müller, K.W., Glaesmer, H., Brähler, E., Woelfling, K. & Beutel, M. E. (2013). Prevalence of Internet Addiction in the General Population: Results from a German population-based survey. <http://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/0144929X.2013.810778> (08.04.2015).
- Müller K.W., Ammerschläger, M., Freisleder, F.J., Beutel, M.E. & Wölfling, K. (2012). Suchtartige Internetnutzung als komorbide Störung im jugendpsychiatrischen Setting. Prävalenz und psychopathologische Symptombelastung. In: *Zeitschrift für Kinder- und Jugendpsychiatrie und Psychotherapie*, 40 (5), 331-339.

- Oliver, M. B. (2014). Affect as a Predictor of Entertainment Choice. The utility of Looking Beyond Pleasure. In: T. Hartmann, (Ed.): A Theoretical and Empirical Overview (S. 167-184). New York: Routledge.
- Oliver, M.B. (1993). Exploring the Paradox of the Enjoyment of sad Films. Human Communication Research, 3, 315-342.
- Papacharissi, Z. & Mendelson, A. (2011). Toward a new(er) Sociability: Uses, Gratifications, and Social Capital on Facebook. In: S. Papathanassopoulos (Ed.): Media Perspectives for the 21st Century (S. 212-230). New York: Routledge.
- Petersen, K., Weymann, N., Schelb, Y., Thiel, R., Thomasius, R. (2009). Pathologischer Internetgebrauch – Epidemiologie, Diagnostik, komorbide Störungen und Behandlungsansätze. Fortschritte Neurologie Psychiatrie, 77, 263–271.
- Petry, J. (2010). Dysfunktionaler und pathologischer PC- und Internet-Gebrauch. Göttingen: Hogrefe.
- Rammstedt, B. & John, O.P. (2005). Kurzversion des Big Five Inventory (BFI-K): Entwicklung und Validierung eines ökonomischen Inventars zur Erfassung der fünf Faktoren der Persönlichkeit. In: Diagnostica, 51(4), 295-206.
- Reiss, S. & Wiltz, J. (2004). Why People watch Reality TV. Media Psychology, 6, 390-412.
- Renner, K.-H., Schütz, A., Machilek, F. (2005). Internet und Persönlichkeit: Stand der Forschung und Perspektiven. Report Psychologie, 30(4), 464-471.
- Rubin, A.M. (1994). Media Uses and Effects: A Uses-and-Gratification Perspective. In: J. Bryant & D. Zillmann, D. (Ed.), Media Effects: Advances in Theory and Research (S. 571-601). London: Erlbaum.
- Rubin, A.M. (1983). Television and Gratifications: The Interaction of Viewing Patterns and Motivations. Journal of Broadcasting, 27, 37-51.
- Rubin, A.M. (1979). Television Use by Children and Adolescents. Human Communication Research, 5, 109-120.
- Rumpf, H. J., Meyer, C. & John, U. (2011). Prävalenz der Internetabhängigkeit (PINTA): Ergebnisse und Ausblick, Bundesministerium für Gesundheit. Berlin.
- Schenk, M. (2002). Medienwirkungsforschung. Tübingen: Mohr Siebeck.
- Schorb, B., Kießling, M., Würfel, M. & Keilhauer, J. (2010). MeMo_SON10. Medienkonvergenz Monitoring Soziale Online-Netzwerke-Report 2010. Leipzig. URL: http://www.uni-leipzig.de/~mepaed/sites/default/files/MeMo_SON10.pdf (07.04.2015).

- Schramm, H. (2005). Mood Management durch Musik. Die alltägliche Nutzung von Musik zur Regulation von Stimmungen. Köln: Herbert von Halem Verlag.
- Schramm, H. & Wirth, W. (2006). Medien und Emotionen: Bestandsaufnahme eines vernachlässigten Forschungsfeldes aus medienpsychologischer Perspektive. Medien & Kommunikationswissenschaft, 54(1), 25-55.
- Schramm, H. & Wirth, W. (2004). Stimmungsregulation durch Medien: Eine kritische Reflektion der Mood-Management-Theorie Zillmanns vor dem Hintergrund aktueller Aufsätze zur Stimmungs- und Emotionsregulierung. Vortrag auf dem 44. Kongress der Deutschen Gesellschaft für Psychologie (DGPs), 26.-30.09.2004, Göttingen.
- Shaw, M. & Black, D.W. (2008). Internet Addiction: Definition, Assessment, Epidemiology and Clinical Management. CNS Drugs, 22, 353–365.
- Smahel, D., Helsper, E., Green, L., Kalmus, V., Blinka, L., Olafsson, K. (2012). Excessive Internet Use Among European Children. EU Kids Online, London School of Economics & Political Science, London.
- Smock, A., Ellison N., Lampe C. & Wohn, D. (2011). Facebook as a toolkit: A uses and gratification approach to unbundling feature use. Computers in Human Behavior. 27(6), 2322-2329.
- Starcevic, V. (2013). Is Internet Addiction a Useful Concept? Australien and New Zealand Journal of Psychiatry, 47, 16– 19.
- Statista (2015). Anzahl der aktiven Nutzer von WhatsApp weltweit von April 2013 bis Januar 2015: <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/285230/umfrage/aktive-nutzer-von-whatsapp-weltweit/> (08.04.2015).
- Stern, W. (1911). Die differentielle Psychologie in ihren methodischen Grundlagen. Leipzig: Barth.
- Thalermann, C. N. (2009). Verhaltenssucht. In: D. Batthyány, A. Pritz, Rausch ohne Drogen. Subanzgebundene Süchte (S. 1-18). Wien: Springer.
- te Wildt, B. & Mücken, D. (2010). Diagnostik, Therapie und Prävention von Medienabhängigkeit in Deutschland im Umriss. In D. Mücken, A. Teske, F. Rehbein, & B. te Wildt (Hrsg.), Prävention, Diagnostik und Therapie von Computerspielabhängigkeit. (S. 82 – 99). Lengerich: Pabst.
- te Wildt, B. & Rehbein, F. (2010). Diagnostik von Internet- und Computerspielabhängigkeit. In D. Mücken, A. Teske, F. Rehbein, & B. te Wildt (Hrsg.), Prävention, Diagnostik und Therapie von Computerspielabhängigkeit (S. 142-153). Lengerich: Pabst.

- Treumann, K., Burkatzki, E., Strotmann, M., Wegener, C. (2007). Das Bielefelder Medienkompetenz-Modell. Clusteranalytische Untersuchungen zum Medienhandeln Jugendlicher. *Medienwissenschaften Schweiz*, 2, 17-25.
- Tupes, E. C. & Christal, R. C. (1992). Recurrent Personality Factors based on Trait Ratings. *Journal of Personality*, 60, 225-252.
- Wartberg, L., Kriston, L., Kammerl, R., Petersen, K.-U., Thomasius, R. (2015): Prevalence of Pathological Internet Use in a Representative German Sample of Adolescents: Results of a Latent Profile Analysis. In: *Psychopathology*, 48(1), 25-30.
- Wolfradt, U. & Doll, J. (2005). Internetnutzung, Persönlichkeit und Informationsverarbeitungsstil. In K.-H. Renner, A. Schütz & F. Machilek (Hg.), *Internet und Persönlichkeit. Differentiell-psychologische und diagnostische Aspekte der Internetnutzung* (S. 148-158). Göttingen: Hohrefe Verlag.
- Wolfradt, U. & Doll, J. (2001). Motives of Adolescents to Use the Internet as a Function of Personality Traits, Personal and Social Factors. *International Journal of Educational Computing Research*, 24: 13-27.
- Wünsch, C. (2001). Musik für jede Stimmungslage. *Wissenschaftliche Zeitschrift der Technischen Universität Dresden*, 50 (1/2), 40-46.
- Würfel, M. & Keilhauer, J. (2013). Aufwachsen in Medienwelten. Der konvergente Medienalltag als pädagogische Herausforderung. In: J. Fromme (Hrsg.): *Medien - Bildung - Schule. Dokumentation der ersten Netzwerktagung Medienkompetenz Sachsen-Anhalt* (S. 109-118). Magdeburg.
- Yang, C. & Brown, B. (2013). Motives for Using Facebook, Patterns of Facebook Activities, and Late Adolescents' Social Adjustment to College. *Youth Adolescents*, 42, 403-416.
- Young, K.S. (1999). Internet Addiction: Symptoms, Evaluation and Treatment. In L. Vande-Creek & T. Jackson (Ed.), *Innovations in Clinical Practice: A source book* (S. 19-31). Sarasota: Professional Resource Press.
- Young K. S. (1998) *Caught in the Net*. New York: Wiley.
- Zillmann, D. (2006). Dramaturgy for Emotions from fictional Narration. In: J. Bryant & P. Vorderer (Ed.), *Psychologie of Entertainment* (S. 215-238). New Jersey: Lawrence Erlbaum.
- Zillmann, D. (1988a): Mood Management: Using Entertainment to full Advantage. In: L. Donohew, H.E. Sypher & E.T. Higgins (Ed.): *Communication, Social Cogniton and Affect*. (S. 147-171). Hillsdale: Lawrence Erlbaum.
- Zillmann, D. (1988b): Mood Management through Communication Choices. *American Behavioral Scientiest*, 31(3), 327-340.

12. Anhang

12.1. Fragebogen

---- [Einleitungsscreen] ----

Liebe/r Teilnehmer/in

zuerst einmal herzlichen Dank, dass du an meiner Studie zum Mediennutzungsverhalten von Jugendlichen teilnimmst.

Die Studie wird im Rahmen meiner Masterarbeit am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien durchgeführt.

Bitte beachte dabei folgende Punkte:

- Es gibt keine richtigen oder falschen Antworten. Diese Befragung ist kein Test. Es geht um deine persönlichen Einschätzungen.
- Einige der Fragen mögen dir recht ähnlich erscheinen. Bitte nimm dir dennoch die Zeit, jede Frage sorgfältig durchzulesen und antworte so, wie es dir richtig erscheint.
- Deine Antworten werden selbstverständlich streng vertraulich und anonym behandelt. Du brauchst deinen Namen nicht auf dem Fragebogen anzugeben. Es ist also später nicht zu erkennen, wer den Fragebogen ausgefüllt hat.
- Ich möchte dich zum Schluss noch darauf hinweisen, dass du die Teilnahme an der Studie jederzeit abbrechen kannst, ohne mit negativen Konsequenzen rechnen und Gründe nennen zu müssen.

Die Beantwortung des Fragebogens wird ca. 15 Minuten dauern.

Im Anschluss an die Fragen hast du die Möglichkeit Fragen zu stellen.

Noch einmal vielen Dank für deine Teilnahme und viel Spaß 😊

---- [Neuer Screen] ----

[Smartphone-Nutzung]

Als erstes geht es um dein persönliches Nutzungsverhalten mit dem Smartphone. Beachte, dass es keine richtigen oder falschen Antworten gibt.		
Besitzt du ein Smartphone?	JIM 2014	Ja Nein
Wenn nein: Warum hast du kein Smartphone?	JIM 2014	- ich möchte kein Smartphone - mir reicht mein normales Handy - meine Eltern möchten nicht, dass ich ein Smartphone habe
Wenn ja: Wie lange besitzt du schon ein Smartphone?	JIM 2014	1-2 Jahre – 2-4 Jahre – länger
Welche Funktionen nutzt du auf deinem Handy am meisten? Gibt bitte deine „Top 3“ an. (Rangfolge)	JIM 2014	Telefonieren SMS Wecker Wetter Instant Messenger wie z.B. WhatsApp Soziale Netzwerke wie z.B. Facebook Emailprogramme Foto- / Videobearbeitungsprogramme wie z.B. Instagram, Dubsplash Kamera/ Video Musikhören Videoplattformen wie z.B. YouTube Internet surfen Handyspiele wie z.B. Candy Crush Kalenderfunktion Navigationsfunktion Radiohören
Welche ist deine Lieblingsapp?	JIM 2014	Offene Frage
Überlege dir, wann benutzt du dein Smartphone zum ersten Mal am Tag (bspw. als Wecker, während dem Weg zu Schule, auf dem Weg zur Schule ...)	JIM 2014	- Gleich nach dem Aufstehen - Während dem Frühstück - Auf dem Weg zur Schule - Im Laufe des Tages
Zu welchem Zweck nutzt du das mobile Internet auf deinem Smartphone?	JIM 2014	- Zeitvertreib - Zur Kommunikation mit Freunden/ Familie - Um auf dem laufenden zu bleiben - Informationssuche - Hausaufgaben - Anderes
Welche Apps nutzt du am häufigsten?	JIM 2014	facebook WhatsApp Studi / schueler VZ

		Twitter Google Instagram Dubsmash Snapchat YouTube Candy Crush Andere
Könntest du dir einen Tag ohne Smartphone vorstellen?	JIM 2014	Ja Nein
Was wäre anders?	JIM 2014	Offene Frage
Was würde dir am meisten fehlen?	JIM 2014	- Austausch mit meinen Freunden (WhatsApp, Email, SMS, Chat) - Informationssuche (Recherche und Suche nach Infos) - Unterhaltung (Musik, Bilder, Videos) - Spiele
Würdest du sagen, dass du dein Smartphone am liebsten magst im Gegensatz zu anderen Medien wie das Fernsehen, Radio, MP3 Player etc. ?	JIM 2014	Ja Nein

---- [Neuer Screen] ----

[Motive_Uses & Gratification Approach]

Die folgenden Aussagen beziehen sich darauf, was dir dein Smartphone persönlich bedeutet und inwiefern du dich für mögliche Funktionen interessierst. Bitte gebe für jede der folgenden Aussagen an, wie sehr diese auf dich zutrifft. Antworte bitte mit den Zahlen von 1 „stimme überhaupt nicht zu“ bis 7 „stimme voll und ganz zu“.			
Ich nutze mein Smartphone, ...			
voll zu		stimme überhaupt nicht zu	stimme und ganz
Relaxing entertainment	Smock et al. 2011		
weil ich Spaß damit habe.	Smock et al. 2011	p p p p p p p	
weil es unterhaltsam ist.	Smock et al. 2011	p p p p p p p	
weil es mich entspannt.	Smock et al. 2011	p p p p p p p	
weil es mir hilft runter zu kommen.	Smock et al. 2011	p p p p p p p	
zum Zeitvertreib.	Smock et al. 2011	p p p p p p p	
Expressive information sharing	Smock et al. 2011		
weil ich mich gerne über die Welt informiere.	Smock et al. 2011	p p p p p p p	
weil ich mit Freunden und Bekannten Informationen teilen möchte.	Smock et al. 2011	p p p p p p p	
weil ich gerne Neuigkeiten über mich selbst verbreiten möchte.	Smock et al. 2011	p p p p p p p	
weil ich andere über mein Leben auf dem Laufenden halten möchte.	Smock et al. 2011	p p p p p p p	
Escapism	Smock et al. 2011		
damit ich die Schule, Hausaufgaben etc. mal für einen Moment vergessen kann.	Smock et al. 2011	p p p p p p p	
damit ich mal meine Ruhe vor meiner Familie und Freunden habe.	Smock et al. 2011	p p p p p p p	
damit ich einfach mal abschalten kann und alles um mich herum vergesse.	Smock et al. 2011	p p p p p p p	
Companionship	Smock et al. 2011		
damit ich mich nicht alleine fühle.	Smock et al. 2011	p p p p p p p	

wenn gerade keiner zu Hause ist mit dem ich reden kann.	Smock et al. 2011	p p p p p p p
weil ich mich dann weniger alleine fühle.	Smock et al. 2011	p p p p p p p
Social interaction	Smock et al. 2011	
damit ich mit Freunden und Familie ständig in Kontakt bleiben kann (über SMS, WhatsApp, telefonieren etc.)	Smock et al. 2011	p p p p p p p
damit ich auch mit Freunden schreiben oder telefonieren kann, die nicht in meiner Nähe wohnen.	Smock et al. 2011	p p p p p p p
Habitual pass time	Smock et al. 2011	
weil ich gerne einfach an meinem Handy spiele und neue Apps ausprobiere.	Smock et al. 2011	p p p p p p p
weil es einfach eine Angewohnheit ist.	Smock et al. 2011	p p p p p p p
wenn ich nichts Besseres zu tun habe.	Smock et al. 2011	p p p p p p p
wenn mir langweilig ist und die Zeit schnell vergehen soll.	Smock et al. 2011	p p p p p p p

---- [Neuer Screen] ----

[Persönlichkeit_Big Five]

Traits [FRAGEN ROTIEREN]

Bei der nächsten Fragestellung geht um deine persönlichen Eigenschaften. Antworte bitte mit Zahlen von 1 „stimme überhaupt nicht zu“ bis 7 „stimme voll und ganz zu“.							
		stimme überhaupt nicht zu			stimme voll und ganz zu		
Ich gehe aus mir heraus, bin gerne mit Freunden zusammen.	Big 5	p	p	p	p	p	p
Ich bin begeisterungsfähig und kann andere leicht mitreißen.	Big 5	p	p	p	p	p	p
Ich bin eher der „stille Typ“.	Big 5	p	p	p	p	p	p
Ich bin eher zurückhaltend, schüchtern.	Big 5	p	p	p	p	p	p
Ich schenke anderen leicht Vertrauen, glaube an das Gute im Menschen.	Big 5	p	p	p	p	p	p
Ich lästere ab und zu über andere.	Big 5	p	p	p	p	p	p
Ich kann mich kalt und abweisend gegenüber Lehrern/ Freunden verhalten.	Big 5	p	p	p	p	p	p
Manchmal bin ich unfreundlich oder launisch anderen gegenüber.	Big 5	p	p	p	p	p	p
Ich bin fleißig und arbeite flott.	Big 5	p	p	p	p	p	p
Ich erledige Aufgaben gründlich.	Big 5	p	p	p	p	p	p
Ich mache Pläne und führe sie auch durch.	Big 5	p	p	p	p	p	p
Ich bin bequem und bin manchmal faul.	Big 5	p	p	p	p	p	p

Traits [FRAGEN ROTIEREN]

Es folgt ein letzter Block zu deinen generellen Verhaltensweisen und Einstellungen. Bitte gib an, inwiefern die folgenden Aussagen auf dich persönlich zutreffen.		
Antworte bitte mit Zahlen von 1 „stimme überhaupt nicht zu“ bis 7 „stimme voll und ganz zu“		
		stimme überhaupt nicht zu stimme voll und ganz zu
Ich werde leicht nervös und unsicher.	Big 5	p p p p p p p
Ich mache mir viele Sorgen.	Big 5	p p p p p p p
Ich werde leicht deprimiert, niedergeschlagen.	Big 5	p p p p p p p
Ich bin entspannt, lasse mich durch Stress nicht aus der Ruhe bringen.	Big 5	p p p p p p p
Ich bin kreativ.	Big 5	p p p p p p p
Ich interessiere mich für viele verschiedene Dinge und Bereiche.	Big 5	p p p p p p p
Ich bin phantasievoll und habe eine gute Vorstellungskraft.	Big 5	p p p p p p p
Ich bin tief sinnig, denke gerne über Sachen nach.	Big 5	p p p p p p p
Ich bin nicht kreativ und habe wenig künstlerisches Interesse .	Big 5	p p p p p p p

---- [Neuer Screen] ----

[Abhängigkeit_ Motive]

Traits [FRAGEN ROTIEREN]

Bitte gib an, inwiefern die folgenden Aussagen auf dich zutreffen. Antworte bitte mit Zahlen von 1 „niemals“ bis 7 „sehr oft“.		
Wie häufig nutzt du dein Smartphone um ...		
		Niemals sehr oft
im Internet zu surfen	Bian/Leung 2014	p p p p p p p
Begriffe bei einer Suchmaschine wie „Google“ oder „Yahoo“ zu suchen	Bian/Leung 2014	p p p p p p p
Informationen über das tägliche Leben zu suchen	Bian/Leung 2014	p p p p p p p
aktuelle Nachrichten zu lesen	Bian/Leung 2014	p p p p p p p
private Nachrichten zum Beispiel über WhatsApp zu beantworten	Bian/Leung 2014	p p p p p p p
Facebook / schüler VZ oder andere soziale Netzwerke zu nutzen	Bian/Leung 2014	p p p p p p p
meine Hausaufgaben zu machen	Bian/Leung 2014	p p p p p p p
zu übersetzen/ meine Rechtschreibung zu überprüfen	Bian/Leung 2014	p p p p p p p
meine Emails zu beantworten	Bian/Leung 2014	p p p p p p p
Fotos oder Videos zu machen	Bian/Leung 2014	p p p p p p p
Videos zu schauen	Bian/Leung 2014	p p p p p p p
Musik zu hören	Bian/Leung 2014	p p p p p p p
E-Books lesen	Bian/Leung 2014	p p p p p p p
Spiele zu spielen	Bian/Leung 2014	p p p p p p p
Telefongespräche zu führen	Bian/Leung 2014	p p p p p p p
SMS/ WhatsApp zu verschicken	Bian/Leung 2014	p p p p p p p

---- [Neuer Screen] ----

[Abhängigkeit_Smartphone Addiction Scale]

Traits [FRAGEN ROTIEREN]

Bitte gib an, inwiefern die folgenden Aussagen auf dich persönlich zutreffen. Antworte bitte mit Zahlen von 1 „stimme überhaupt nicht zu“ bis 7 „stimme voll und ganz zu“.		
Wie sehr treffen folgende Aussagen auf dich zu?		
		stimme überhaupt nicht zu stimme voll und ganz zu
Beschäftigung		
Meist ohne ich schon, wenn ich eine Nachricht auf meinem Handy habe.	Bian/Leung 2014	p p p p p p p
Wenn ich mein Handy nutze, bin ich meist sehr vertieft und lasse mich nicht ablenken.	Bian/Leung 2014	p p p p p p p
Wenn ich mein Handy gerade nicht zur Hand habe, denke ich oft darüber nach, ob ich eine Benachrichtigung bekommen habe.	Bian/Leung 2014	p p p p p p p
Wenn ich mein Handy zum Beispiel weil der Akku leer ist, nicht nutzen kann, fühle ich mich hilflos.	Bian/Leung 2014	p p p p p p p
Manchmal vergeht die Zeit wie im Flug, wenn ich mein Handy nutze und ich merke es gar nicht.	Bian/Leung 2014	p p p p p p p
Abgesehen von jeglichen Konsequenzen		
Ich hatte schon öfter mal Stress mit einem Lehrer, weil ich mein Handy in der Schule/ während dem Unterricht benutzt habe.	Bian/Leung 2014	p p p p p p p
Ich versuche es zu vermeiden, dass andere mitbekommen, wie viel Zeit ich mit meinem Handy verbringe.	Bian/Leung 2014	p p p p p p p
Ich habe schon versucht mein Handy weniger zu nutzen, aber es hat nicht geklappt.	Bian/Leung 2014	p p p p p p p
Unfähigkeit sein Verlagen zu kontrollieren		
Ich bin der Meinung, dass es kein Problem ist, wenn man viel Zeit mit dem Handy verbringt.	Bian/Leung 2014	p p p p p p p
Ich denke oft darüber nach mein Handy weniger zu nutzen, um mehr Zeit mit Freunden und Familien verbringen.	Bian/Leung 2014	p p p p p p p
Meine Familie und auch Freunde haben sich schon öfter beschwert, dass ich zu viel Zeit mit meinem Handy verbringe.	Bian/Leung 2014	p p p p p p p
Leistungsverlust		
Seit ich das Smartphone habe, hat sich meine Leistung in der Schule verschlechtert.	Bian/Leung 2014	p p p p p p p

Manchmal erwische du ich mich, dass ich vergesse Hausaufgaben zu machen, weil ich an meinem Handy hänge.	Bian/Leung 2014	p p p p p p p
Zeitweise lenke ich mich lieber mit meinem Handy ab, als mich mit anderen Problemen auseinander zu setzen.	Bian/Leung 2014	p p p p p p p
Angstgefühle und Einsamkeit	Bian/Leung 2014	p p p p p p p
Wenn mein Handy nicht griffbereit ist, habe ich Angst einen Anruf oder Benachrichtigung zu verpassen.	Bian/Leung 2014	p p p p p p p
Manchmal fühle ich mich aufgewühlt und nervös, wenn ich nicht checken kann, ob ich eine Nachricht bekommen habe.	Bian/Leung 2014	p p p p p p p

---- [Neuer Screen] ----

[Abhängigkeit_ Compulsive Internet Scale]

Traits [FRAGEN ROTIEREN]

Bald ist es geschafft - ich möchte nun von dir wissen, wie oft die folgenden Aussagen auf dich persönlich zutreffen. Antworte bitte mit Zahlen von 1 „stimme überhaupt nicht zu“ bis 7 „ stimme voll und ganz zu“.		
Wie sehr treffen folgende Aussagen auf dich zu?		
		stimme überhaupt nicht zu stimme voll und ganz zu
Ich finde es oft schwierig mich von meinem Handy loszureißen.	Meerkerk et al. 2009	p p p p p p p
Meine Eltern sagen oft zu mir, dass ich weniger Zeit mit meinem Handy verbringen soll.	Meerkerk et al. 2009	p p p p p p p
Wenn ich mit meinem Handy online bin, vergesse ich oft die Zeit und habe auch schon mal eine Verabredung absagen müssen.	Meerkerk et al. 2009	p p p p p p p
Ich bin tagsüber oft müde, weil ich abends im Bett noch zu lange mit dem Handy online war.	Meerkerk et al. 2009	p p p p p p p
Ich denke oft darüber nach mein Smartphone zu checken, wenn ich im Unterricht bin.	Meerkerk et al. 2009	p p p p p p p
Ich freue mich immer, wenn ich zum Beispiel in der Pause oder nach der Schule mein Handy wieder benutzen kann.	Meerkerk et al. 2009	p p p p p p p
Manchmal kann ich mich nicht auf meine Hausaufgaben konzentrieren, weil ich immer wieder durch mein Handy zum Beispiel durch Nachrichten abgelenkt werde.	Meerkerk et al. 2009	p p p p p p p
Ich vergesse öfter meine Aufgaben im Haushalt zu machen (z.B. Spülmaschine ausräumen, Zimmer aufräumen), weil ich lieber online bin.	Meerkerk et al. 2009	p p p p p p p
Ich nutze mein Handy oft um mich abzulenken, wenn ich mal traurig bin.	Meerkerk et al. 2009	p p p p p p p
Ich nutze mein Handy auch oft um mich von dem Stress in der Schule, oder bei Streit mit meinen Eltern/ Freunden abzulenken.	Meerkerk et al. 2009	p p p p p p p
Manchmal fühle ich mich unruhig, frustriert oder bin verärgert, wenn ich mein Handy nicht nutzen darf.	Meerkerk et al. 2009	p p p p p p p

---- [Neuer Screen] ----

[Quotenfragen]

Gebe bitte zunächst die folgenden Angaben zu deiner Person an:

- Weiblich
- Männlich

Welcher Altersgruppe gehörst du an?

- 12 – 13 Jahre
- 14 - 15 Jahre
- 16 - 17 Jahre
- 17 - 18 Jahre
- 18+

Auf welche Schule gehst du?

- Gymnasium
- Realschule
- Hauptschule
- Gesamtschule
-

Bist du und /oder sind deine Eltern in einem anderen Land als Deutschland geboren?

- Ja
- Nein
- Keine Angabe

Hast du einen eigenen Laptop oder PC?

- Ja
- Nein

Besitzt du einen Tablet PC?

- Ja
- Nein

Besitzt du eine Handyflatrate, damit du ohne Limit das Internet nutzen kannst?

- Ja
- Nein

Wie viele Geräte mit Internetzugang gibt es bei dir zu Hause?

- Offene Frage

---- [Neuer Screen] ----

---- [Neuer Screen] ----

[Debriefing]

Liebe/r Teilnehmer/in

vielen herzlichen Dank, dass du an meiner Studie teilgenommen hast!

Wie du bemerkt hast, ging es insbesondere darum, wie du dein Smartphone in deinen Alltag integrierst. Ich möchte herausfinden, warum du dein Smartphone in gewissen Situationen und aus verschiedenen Gründen verwendest.

Anzumerken ist, dass die Studie rein wissenschaftlichen Zwecken dient und keine außeruniversitären Auftraggeber hat. Die Ergebnisse werden selbstverständlich anonymisiert.

Falls es Fragen gibt, habt ihr nun die Möglichkeit diese zu stellen!

12.2. Abstract

Abstract

Neue Medien sind in der heutigen Gesellschaft allgegenwärtig. Insbesondere Heranwachsende adaptieren mit Leichtigkeit Umgangsweisen innovativer Kommunikationstechnologien. Dabei haben die jährlich steigende Verbreitung des Smartphones und der damit verbundene zu jederzeit verfügbare Internetzugang immense Folgen auf den Alltag der Jugendlichen. Nicht nur die Nutzungszeit steigt infolge der Multifunktionalität des Smartphones rasant an, sondern gleichwohl das Risiko einer Verhaltenssucht. Der Einfluss der Verhaltensweisen Jugendlicher auf eine exzessive Smartphone-Nutzung wurde bisher allerdings nur unzureichend geprüft. Veröffentlichte Studien untersuchten bislang insbesondere Formen des exzessiven Internetgebrauchs. Basierend auf international geltenden Klassifikationssystemen zur Bestimmung einer Verhaltensabhängigkeit konnten in diesen Studien eindeutige Symptome einer problematischen Nutzungsform identifiziert werden. Weitere Studien aus dem asiatischen Raum bestätigen, dass sich auch die Smartphone-Nutzung zu einer Form der Verhaltensabhängigkeit entwickeln kann. Basierend auf diesen Ergebnissen wird in der vorliegenden Arbeit mittels einer Befragungsstudie die Wirkung einer möglichen exzessiven Smartphone-Nutzung Jugendlicher untersucht. Es zeigt sich, dass Jugendliche anhand ihrer Nutzungsmotive sowie Persönlichkeitseigenschaften in verschiedene Nutzergruppen kategorisiert werden können. Darüber hinaus kann festgestellt werden, dass diejenigen Nutzer, welche dazu tendieren das Smartphone zu Unterhaltungszwecken nutzen, als Risikogruppe identifiziert werden können.

Abstract (English)

New media are ubiquitous in modern society. Adolescents in particular adapt their behaviour to innovative communications technologies with ease. The increasing availability of smartphones year on year and the consequent increase in constantly-available internet access therefore have immense consequences for the everyday lives of young people. Not only is the amount of time spent using smartphones climbing rapidly due to their multifunctionality, but also the risk of a behavioural addiction. However, the influence of excessive smartphone use on the behaviour of young people has been insufficiently studied. Published studies have mostly examined modes of excessive internet use in particular. Based on internationally valid classification systems for the determination of a behavioural addiction, these studies were able to identify clear symptoms of a problematic mode of use. Further studies from Asia confirm that smartphone use can also develop into a behavioural addiction. Based on these results the current work examines the effect of possible excessive smartphone use on young people using a questionnaire-based method. It is shown that adolescents can be categorised into different user groups depending on their motives for smartphone use and their personality characteristics. Furthermore it can be shown that those users that tend to use their smartphones for entertainment purposes can be identified as a group at risk of behavioural addiction.

12.3 Lebenslauf

Saskia Kiel, B.A.

Ausbildung

- | | |
|-------------------|---|
| 10/2012 – 06/2015 | Universität Wien, Magister
Publizistik- und Kommunikationswissenschaft |
| 09/2009 – 06/2012 | Universität Zürich, Bachelor of Arts
Publizistik- und Kommunikationswissenschaft
Populäre Kulturen |
| 09/1999 – 06/2008 | Wigbertgymnasium, Hünfeld
Allgemeine Hochschulreife |

Auslandsaufenthalt

- | | |
|-------------------|--|
| 09/2000 – 06/2009 | Zwischenjahr, 10-monatiger-Aufenthalt in Australien |
|-------------------|--|

Beruflicher Werdegang

- | | |
|-------------------|--|
| 07/2014 – 11/2014 | ZEIT Verlag Gerd Bucerius GmbH & Co. KG / ZEIT REISEN – Hamburg, Deutschland
Praktikum im Bereich Product Management & Kundenservice |
| 02/2013 – 06/2014 | Schweiz Tourismus – Wien Österreich
Werkstudentin im Bereich Marketing/ Sales |
| 12/2011 – 07/2012 | Opernhaus und Bernhardtheater – Zürich, Schweiz
Serviceaushilfe |

- 06/2011 – 09/2011 **Hill + Knowlton Strategies – Frankfurt am Main, Deutschland**
Praktikum im Bereich Corporate Communication
- 06/2010 – 08/2010 **Kleber PR Network – Frankfurt am Main, Deutschland**
Praktikum PR + Marketing/ Sales

Weitere Erfahrungen

- 02/2011 – 10/2012 **FV PUK Fachverein Publizistik und Kommunikation**
Organisation Medienführungen TV/ Radio
Organisation Medienführungen Journalismus/ Print
Redaktion Newsletter
Organisation von institutsinternen Anlässen