Désirée Jasmin Ofner

Die digitale Medienabhängigkeit im Alltag von jungen Erwachsenen

MASTERARBEIT

zur Erlangung des akademischen Grades

Master of Arts

Studium: Masterstudium Sozial- und Integrationspädagogik

Alpen-Adria-Universität Klagenfurt

Gutachter
Univ.-Prof. Dr. Hans Karl Peterlini
Alpen-Adria-Universität Klagenfurt
Institut für Erziehungswissenschaft und Bildungsforschung

Klagenfurt, Februar 2023

Eidesstattliche Erklärung

Ich versichere an Eides statt, dass ich

- die eingereichte wissenschaftliche Arbeit selbstständig verfasst und keine anderen als die angegebenen Hilfsmittel benutzt habe,
- die während des Arbeitsvorganges von dritter Seite erfahrene Unterstützung, einschließlich signifikanter Betreuungshinweise, vollständig offengelegt habe,
- die Inhalte, die ich aus Werken Dritter oder eigenen Werken wortwörtlich oder sinngemäß übernommen habe, in geeigneter Form gekennzeichnet und den Ursprung der Information durch möglichst exakte Quellenangaben (z.B. in Fußnoten) ersichtlich gemacht habe,
- die eingereichte wissenschaftliche Arbeit bisher weder im Inland noch im Ausland einer Prüfungsbehörde vorgelegt habe und
- bei der Weitergabe jedes Exemplars (z.B. in gebundener, gedruckter oder digitaler Form) der wissenschaftlichen Arbeit sicherstelle, dass diese mit der eingereichten digitalen Version übereinstimmt.

Ich bin mir bewusst, dass eine tatsachenwidrige Erklärung rechtliche Folgen haben wird.

Vor- und Familienname	Ort, Datum:
Désirée Ofner, e.h.	Feistritz an der Drau, 22.02.2023

Danksagung

An dieser Stelle möchte ich mich recht herzlich bei all denjenigen bedanken, die mich während der Erstellung dieser Masterarbeit unterstützt und motiviert haben.

Als Erstes möchte ich mich bei meinen Freunden bedanken, die während der Entstehung meiner Masterarbeit immer ein offenes Ohr für mich hatten. Durch die positive Kritik, Diskussionen und die häufig stundenlangen Gespräche über die Thematik der Masterarbeit. Durch diese entstanden neue Perspektiven und es eröffneten sich vielfältige Blickwinkel. Danke dafür!

Außerdem gebührt mein aufrichtiger Dank meinen Betreuer der Masterarbeit Herrn Univ.-Prof. Dr. Hans Karl Peterlini, der mich mit seiner fachlichen Kompetenz und seinen konstruktiven Anregungen stets unterstützte.

Weiters möchte ich mich auch bei allen Teilnehmern und Teilnehmerinnen meiner empirischen Studie bedanken, die mit ihrer Offenheit und Informationsbereitschaft wesentlich zur Erstellung meiner Masterarbeit beigetragen haben.

Mein besonderer Dank gilt meiner Familie, vor allem meinen Eltern und meiner Schwester, die schon mein ganzes Leben zu mir stehen und mich bei all meinen Vorhaben tatkräftig unterstützen. Mit ihrer emotionalen und moralischen Unterstützung sowie ihrer Ermutigung und ihre aufmunternden Worte gewährten sie mir die Bekräftigung, die ich oftmals benötigte.

Abschließend möchte ich auch meinen Kolleginnen, Verwandten und Menschen, die mich in verschiedenster Weise inspiriert, motiviert und/oder unterstützt haben bedanken!

Vielen Dank, ich weiß die Unterstützung sehr zu schätzen!

Vorwort

Das Thema dieser Masterarbeit „Die Medienabhängigkeit im Alltag“ wurde aus persönlichem Interesse zu diesem Thema gewählt. Ich erlebte immer wieder wie digitale Medien Menschen im Alltag vereinnahmen können und welche Auswirkungen die vermehrte Mediennutzung auf sie hat. Erst durch das Verfassen dieser Arbeit wurde mir bewusst, wie weitläufig diese Thematik ist und welche komplexen Systeme hinter den digitalen Medien stehen. Die Tiefe des Medienhandelns und der Zusammenhang mit der Gesellschaft und damit jedes einzelnen Individuums wurde ersichtlich. Der Theoretische Teil offenbarte mir viele neue Erkenntnisse, die der empirische Teil größtenteils bestätigt.

Auch meinen persönlichen Zugang zu Medien wurde von mir, während dem Verfassen der Masterarbeit immer wieder hinterfragt und neu bewertet. Es veränderte sich meine Denkweiße sowie die Handhabung gegenüber eigener Mediennutzung enorm durch diese Erfahrung.

Inhaltsverzeichnis

Einleitung ... 1
Titel und Fragestellung der Masterarbeit ... 1
Begriffserklärungen ... 4
1.Perspektive: Unterschied Massenmedien und digitale Medien ... 4
2.Perspektive: Analoge versus digitale Medien ... 5
Digital Natives ... 6
Digital Immigrants ... 6
Medienkompetenz ... 6
Mediensozialisation ... 7
Medialisation ... 7
Medienpädagogik ... 7
Mediensucht bzw. Medienabhängigkeit ... 8
Denkweisen gegenüber Medien ... 9
Kulturpessimistischen Position ... 9
Medieneuphorische Position ... 10
Kritischer Optimismus ... 10
Mediensozialisation-Wechselwirkung ... 11
Medien auf die Gesellschaft: ... 11
Gesellschaft auf die Medien ... 11
Auswirkungen der Medien im Hinblick auf die Gesellschaft ... 12
Gesellschaftlicher Umzug in die Medienwelt ... 13
Medienerziehung ... 14
Motive der Mediennutzung ... 14
Eintauchen in eine andere Welt ... 15
Medialer Austausch ... 15
Kommunikation ... 16
Medien im Alltag ... 17
Mediengeprägter Alltag ... 17
Weiterentwicklung ... 18
Zeitmanagement ... 18
Risiko im Alltag ... 19
Beziehungen ... 20

Medienanwendung 21
Soziale Medien 22
Facebook 22
Multimediaplattformen- Instagram, Youtube und Snapchat 23
Selbstdarstellung in soziale Plattformen 24
Selfies & Fotos in den sozialen Netzwerken 25
Suchtpotenzial der Sozialen Medien 26
Medienabhängigkeit 28
Internetabhängigkeit 29
Geschichte Entstehung des Internets 29
Entstehung der Internetabhängigkeit 30
Formen der Internetabhängigkeit 32
Fernsehabghängigkeit 35
Smartphoneabhängigkeit 37
Symptome 39
Prävention 39
Mediensozialisation im Kindesalter 39
Reduzierung des Medienkonsums 40
Positive Seiten der Medien 40
Medienbildung 41
Therapie Medienabhängigkeit 42
Beispiel Therapieeinrichtung 43
Forschungsmethode 44
Erhebungsmethode Fokusgruppe 44
Leitfadeninterview 44
Erhebung 45
Organisation der Erhebung 46
Standardisierte Kurzerhebungsbögen 47
Interviewpartnerin Christina 47
Interviewpartnerin Viktoria 47
Interviewpartnerin Michaela 48
Interviewpartnerin David 48
Interviewpartnerin Diana 48
Interviewpartnerin Pia 49
Interviewpartnerin Jennifer 49
Auswertung: Grounded Theory 50

Kategorie 1: Bekannte digitale Medien 51
Kategorie 2: Genutzte Digitale Medien 52
Vergleich mit der Theorie 52
Kategorie 3: Reize/Motive der Nutzung 52
Vergleich mit der Theorie 53
Kategorie 4: Nutzung als Kind, Veränderung der Mediennutzung 54
Vergleich mit der Theorie 55
Kategorie 5: Ablenkung der Medien im Alltag 55
Vergleich mit der Theorie 56
Kategorie 6: Rituale/Gewohnheiten der Mediennutzung 57
Vergleich mit der Theorie 57
Kategorie 7: Nutzung digitaler Medien vorm Schlafengehen 58
Vergleich mit der Theorie 58
Kategorie 8: Meinung über die eigene Mediensucht/ Medienabhängigkeit 59
Meinungsaustausch zwischen zwei Probandinnen 60
Vergleich mit der Theorie 62
Kategorie 9: Reflexion des Medienverhaltens/ Bewusste und unbewusste Mediennutzung 62
Vergleich mit der Theorie 64
Kategorie 11: Erlebnisse mit/ohne den digitalen Medien 65
Vergleich mit der Theorie 66
Kategorie 12: Vorteile digitale Medien 67
Vergleich mit der Theorie 67
Kategorie 13: Fazit nach der Fokusgruppe 68
Vergleich mit der Theorie 69
Erhebung durch Fallvignetten 70
Fallvignette 1: Smartphone Nutzung von jungen Erwachsenen im Restaurant 70
Reflexion der Fallvignette 1 72
Fallvignette 2: Mediennutzung von jungen Erwachsenen in der U-Bahn in Wien 74
Reflexion der Fallvignette 2 75
Methoden das Verhältnis digitaler Medien handzuhaben 76
Bewusstes Abschalten der digitalen Medien 76
Zurück zur Natur 77
Den Moment nutzen 77
Fazit 78
Literaturverzeichnis 81
Onlineverzeichnis 84

Filmverzeichnis 86
Abbildungsverzeichnis 87

Einleitung

Titel und Fragestellung der Masterarbeit

Diese Masterarbeit trägt den Titel: „Die digitale Medienabhängigkeit im Alltag von jungen Erwachsenen“. Das Thema lässt sich unter Medienpädagogik einordnen.

„Medienpädagogik“ drückt die Zugehörigkeit zur Pädagogik respektive zu den Erziehungswissenschaften aus und umfasst im weiteren Sinne alle Theorien und Studien, welche sich mit der Rolle der Medien in Erziehung, Bildung und Sozialisation befassen“ (Süss /Lampert/Wijnen 2010 S. 14)

Digitale Medien sind ein aktuelles und präsentes Thema, dass zur heutigen Gesellschaft dazu gehört. Es ist unumgänglich an der Sozialisation der Mediengesellschaft zu partizipieren. (Fast) alle gesellschaftlichen Systeme sind medialisiert und nicht wegzudenken. Dies umfasst auch Bildungs- und Erziehungseinrichtungen. (vgl. Süss /Lampert/Wijnen 2010 S. 14) Da digitale Medien also Bestandteil des Alltags geworden sind, lautet die Forschungsfrage dieser Arbeit wie folgt:

„Wie wirkt sich digitale Medienabhängigkeit auf den Alltag von jungen Erwachsenen aus?“

Um diese Forschungsfrage beantworten zu können werden weitere Fragen in dieser Masterarbeit erläutert.

Weiterführende Fragen dazu lauten:

- Welcher Umgang mit digitalen Medien herrscht bei jungen Erwachsenen vor?
- Welche Medien werden von jungen Erwachsenen genutzt?
- Ist jungen Erwachsenen bewusst, wie oft sie digitale Medien benutzen?
- Ab wann spricht man von einer digitalen Abhängigkeit bzw. Sucht?
- Wie weit drängt sich die digitale Sucht ins Zentrum der Lebens- bzw. Tagesgestaltung?
- Wie gefährlich ist eine digitale Sucht?
- Welche Auswirkungen hat eine digitale Sucht?

Zuerst werden im theoretischen Teil dieser Masterarbeit, die für diese Thematik bedeutenden Begriffe erklärt. Die wichtigsten Begrifflichkeiten hierbei sind: Digitale Medien, Digital Natives, Digital Immigrants, Medienkompetenz, Mediensozialisation, Medialisation, Medienpädagogik und Mediensucht bzw. Medienabhängigkeit.

Weiters werden die gesellschaftlichen Aspekte der digitalen Mediennutzung beleuchtet. Hierbei werden die verschiedenen Denkweisen (Kulturpessimistische Position, Medieneuphorische Position und kritischer Optimismus) näher betrachtet, sowie die Wechselwirkung der Mediensozialisation. Ein sehr wichtiger Bestandteil dabei ist die Medienerziehung.

Um die Medienabhängigkeit bei jungen Erwachsenen verstehen zu können, ist es vom Vorteil die Motive der Mediennutzung zu kennen.

Der Alltag von jungen Erwachsenen ist geprägt durch die Mediennutzung. Wie sich diese auf die Weiterentwicklung, das Zeitmanagement und die Risiken im Alltag sowie die zwischenmenschlichen Beziehungen auswirken wird in dem Kapitel „Medien im Alltag“ aufgezeigt.

Im Anschluss werden die genutzten Medienanwendungen beleuchtet und insbesondere auf die sozialen Medien eingegangen, da diese einen großen Part des Alltags von jungen Erwachsenen spielen. Es werden die bekanntesten sozialen Medien aufgearbeitet, darunter zählen: Facebook und Multimediaplattformen wie Instagramm, Youtube, Snapchat und TikTok. Auf diesen sozialen Plattformen spielt die Selbstdarstellung eine große Rolle. Es besteht ein großes Suchtpotenzial auf Grund von sozialen Medien.

Das Kapitel der Medienabhängigkeit behandelt zuerst die Entstehung dieser Verhaltenssucht. Die digitale Medienabhängigkeit kann unterschiedliche Formen haben, diese können von der Abhängigkeit der Sozialen Onlinebeziehungen, Netzwerkzwänge wie Online-Spielsucht, Cybersexabhängigkeit, Zwanghafte Informationssuche Online, Computerspielabhängigkeit, Fernsehabhängigkeit bis hin zur Smartphoneabhängigkeit reichen. Im Anschluss werden die Symptome dieser Formen der Medienabhängigkeit beschrieben. Die Prävention der Medienabhängigkeit beginnt schon im Kindesalter und kann durch die Reduzierung/ sinnvoller Verwendung und die Nutzung der positiven Seiten von digitalen Medien

erarbeitet werden. Es werden Therapien für eine Medienabhängigkeit mit einem Beispiel aufgezeigt.

Im empirischen Teil wird die Forschung mit den gewählten Erhebungsinstrumenten beschrieben. Die für diese wissenschaftlichen Arbeit gewählte qualitative Methode ist die der Fokusgruppe, die mit Hilfe eines Leitfadeninterviews erhoben wurde. Durch die standardisierten Kurzerhebungsbögen werden die Beteiligten der Fokusgruppe kurz vorgestellt. Die Auswertung, die verwendet wurde, ist die der Grounded Theory. Mit Hilfe der Grounded Theory wurde das Interview in Kategorien aufgeteilt und ausgewertet. Daraufhin wird eine Fallvignette dargestellt und die Reflexion dieser Vignette wiedergegeben.

Zum Schluss werden Methoden zur Handhabung digitaler Medien aufgezeigt.

THEORETISCHER TEIL

Begriffserklärungen

Es gibt zwei Perspektiven, was unter digitalen Medien verstanden werden kann. Es werden beide Ansichten erläutert. Die erste Perspektive erklärt die Unterscheidung zwischen Massenmedien und digitale Medien. In dieser Masterarbeit wird jedoch die zweite Anschauungsweise, der Unterschied zwischen Analoge und digitale Medien verwendet.



Abbildung 1: Digitale Medien

1.Perspektive: Unterschied Massenmedien und digitale Medien

Massenmedien, worunter der Fernseher und Radio zählen, sind Medien, die eine unerwiderte Kommunikation bieten. Sie werden genutzt, um Vergnügen und Informationen an die breite Gesellschaft zu überbringen. Es kann nicht wechselwirkend kommuniziert werden. Im Gegenteil dazu ist dies die

Haupteigenschaft der digitalen Medien. Digitale Medien werden auch Neue Medien oder Web 2.0 bezeichnet. Sie sind damit gekennzeichnet das sie „interaktiv“ (Sutter 2010, S. 48) sind. Das bedeutet es kann ein Informationsaustausch stattfinden. Dadurch gibt es auch neue Wege der Kommunikation im Gegenstück zum herkömmlichen persönlichen Gespräch. Diese neue Gestaltung der wechselwirkenden Verständigung, bietet neue Arten nicht nur Empfänger, sondern auch Sender von Nachrichten zu sein. Es können eigenständige Texte an die Masse verbreitet werden und von der Masse erhalten werden, ein Beispiel dafür ist Wikipedia. Diese Informationen können jedoch wieder bearbeitet werden und jede/jeder kann mitwirken. Dies bietet einen Unterschied zur Verallgemeinerung der Informationen, die durch Massenmedien ausgesendet werden. Obwohl Bearbeitungsmöglichkeiten bei Wikipedia vorherrschen, hat es einen hohen Standard und Wert in der Gesellschaft, der vielfach verwendet wird. (vgl. Sutter 2010, S. 48f)

2.Perspektive: Analoge versus digitale Medien

Der relevante Unterschied bei dieser Perspektive liegt darin, dass zwischen analogen und digitalen Medien differenziert wird. Analoge Medien sind Formate, die nicht codiert sind, darunter zählen:

- Schriftmedien wie geschriebene Botschaften, (Verkehrs-)Schilder, Broschüren, Dokumente, Zeichnungen, Gemälde usw.
- Druckmedien wie Bücher, Zeitungen, Poster, Magazine usw.
- Rundfunk wie Radio

(vgl. Lengsfeld 2019, S. 41)

Im Gegensatz zu den analogen Medien können digitale Medien gespeichert oder bearbeitet werden. Analoge Medien sind kontinuierlich und repräsentieren detailliertere Werte. (vgl. Sören 2002, S. 96)

Oft werden analoge Medien digitalisiert. Es herrscht eine Medienkonvergenz vor. Medienkonvergenz beschreibt die Zusammenarbeit von erstmals mehreren einzelnen

Medien zu einem allgemeinen, umfassenden Medium. Das heißt es werden analoge Daten empfangen und diese durch eine Codierung mit den Werten „0“ und „1“ codiert. (vgl. Karstens 2006, S. 93) Ein Beispiel hierfür wäre das digitale Radio, es werden analoge Daten empfangen, die umgewandelt das heißt codiert werden.

In diesem Zusammenhang wird es in dieser Masterarbeit als Notwendigkeit gesehen, auch das Fernsehen, das digitale Radio und die Smartwatch als digitalen Medien anzuführen.

Digital Natives

Süss/Lampert/Wijnen beschreiben die um ca. 1985 geborene Generation als „Digital Natives“, die mit digitalen Medien seit Geburt an aufgewachsen sind und für die es etwas Alltägliches ist.

Digital Immigrants

Wohin gegen für „Digital Immigrants“, digitalen Medien erst im Erwachsenenalter etwas Alltägliches wurde. (vgl. Süss /Lampert/Wijnen 2010, S. 15f)

Medienkompetenz

Medienkompetenz sind die Kenntnisse des verantwortungsbewussten Umgangs mit verschiedenen Medien, wie z.B. Handy, Computer, Tablet usw. Auch das Aneignen von neuem Wissen und die geeignete Verarbeitung von Auskünften sowie die Handlungssicherheit und die Fähigkeit zu kommunizieren mit und durch Medien zählt zur Medienkompetenz (vgl. Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Forschung 2018, unter URL: https://www.bmbwf.gv.at [Datum des Zugriffs: 10.01.2020]). Die Kompetenz digitaler Medien meint also sie zu begreifen, die Fähigkeit haben sie anzuwenden und auch sie zu hinterfragen. (vgl. Sutter 2010, S. 46f) Medienkompetenz wird auf unterschiedliche Weise erlangt. Sie kann durch eigenes Interesse oder durch gesellschaftliche Einflüsse erlernt werden. Außerdem kann sie auch in (Aus-)Bildungseinrichtungen durch Medienpädagogik vermittelt werden. Derzeit konzentriert sich der Begriff vor allem auf die neuen Medien und die Chancen und Risiken für Heranwachsende damit. Die Aneignung kann durch persönliche Nutzung erweitert werden sowie durch den Gebrauch in sozialen und gesellschaftlichen Rahmen. (vgl. Sander/Von Gross/Hugger 2008, S. 93) Die Medienkompetenzen beeinflusst die Mediensozialisation.

Mediensozialisation

Darunter werden die medialen Einflüsse der Gesellschaft verstanden, die auf Menschen während ihrer Entwicklung einwirken. Die unterschiedlichen Einflussfaktoren können zum Beispiel Pädagogen und Pädagoginnen, Eltern, Freunde und Freundinnen oder gesellschaftliche Systeme sein, die die Mediennutzung ausgestalten oder begrenzen. Mediensozialisation trifft nicht nur auf Kinder und Jugendlichen in ihrer Entwicklung zu, sondern auch auf Erwachsene. Vor allem entstehen wechselseitige Prozesse, wenn Erwachsene eigene Kinder bekommen. Dadurch werden die Eltern zum einen mit den Fähigkeiten und Fertigkeiten der Medienerziehung und Medienbildung konfrontiert und zum anderen werden ihnen neue gesellschaftliche Lernprozesse der Medien von ihren Kindern vermittelt. (vgl. Süss /Lampert/Wijnen 2010, S. 29)

Medialisation

„Medialisation meint die kollektive Umsiedlung des Menschen in denjenigen medialen Raum, in dem er sich seine individuellen und kollektiven Träume zu erfüllen hofft“ (Te Wildt 2012, S. 13) Durch den medialen Wandel der Gesellschaft und die zunehmende Technologisierung wird auch die Zivilisation verändert. Es entstehen somit neue Ausprägungen der Gemeinschaftlichkeit. Die Vorstellungen bzw. Träume der Menschen können in die mediale Welt übersiedelt werden. (vgl. Te Wildt 2012, S. 13f)

Medienpädagogik

Die Sichtweise der Medienpädagogik, die in dieser Masterarbeit verwendet wird, ist jene, die darauf achtet welche Entwicklung durch Medien geschieht und wie diese im pädagogischen Handeln umgesetzt werden kann, vor allem in Hinblick auf Sozialisation.

Die zweite Sichtweise wäre der Blick auf die Gestaltbarkeit der Bildung, Erziehung und Didaktik mit Hilfe von digitalen Medien.

Da die erste Perspektive des Begriffs der Medienpädagogik genutzt wird, wird diese ausführlicher beschrieben: Es wird größtenteils die Prozesse, die Verwendung und der Erwerb von Medienkompetenz näher beleuchtet und untersucht. Somit werden pädagogisch wichtige Geschehnisse und Prozesse betreffend digitaler Medien

nachvollzogen. Es wird darauf geachtet, wie Medien eingesetzt werden können, damit sie eine pädagogisch wertvolle Wirkung erzielen. Es wird das Sozialverhalten in der Gesellschaft mit den dazugehörigen Handlungsweisen in der realen Welt näher betrachtet und das Zusammenspiel in der digitalen Welt gegenübergestellt und beleuchtet. Es wird vor allem untersucht in welcher Form sich die Handlungsweisen unterscheiden. Ein Beispiel dafür wäre die Kommunikation oder die Selbstinszenierung durch digitale Medien. Die digitale und nicht digitale Lebenswelt verschmilzt miteinander. Die Selbstinszenierung findet nicht nur im realen Leben, sondern auch digital statt. Beide Umfelder stehen in ständiger Verbindung zueinander. Es kann nicht nur die reale Lebenswelt ohne den Aspekt der digitalen Medialisation betrachtet werden. Der Fakt, dass digitale Medien eine große Rolle in fast allen Gesichtspunkten der Gesellschaft spielen, darf nicht außer Acht gelassen werden. (vgl. Pietraß 2018, S.13f) Es wäre für Pädagogen und Pädagoginnen anzuraten, wenn sie eigens Fähigkeiten und Fertigkeiten der digitalen Medienwelt besitzen, da diese nicht nur in der Gesellschaft von größerer Bedeutung gewinnen, sondern auch um mit Kindern und jungen Erwachsenen die Vorteile der neuen digitalen Lern-, Lebens- und Erfahrungsbereiche nutzen zu können. (vgl. Fromme 2015, S.463)

Mediensucht bzw. Medienabhängigkeit

Von 1957 bis 1964 wird laut WHO(Weltgesundheitsorganisation) offiziell der Begriff „Sucht“ verwendet. Seit 1964 lauten die offiziellen Begriffe „Missbrauch“ und „Abhängigkeit“. (vgl. Stangl 2020 unter URL: www. lexikon.stangl.eu [Datum des Zugriffs: 27.April.2020]) Jedoch wird die Bedeutung in der Literatur noch immer gleichgestellt, daher sind die Begriffe Sucht, Abhängigkeit und Missbrauch in dieser Masterarbeit gleichgesetzt.

Unter Mediensucht wird der übertriebene Mediengebrauch verstanden. Beeinträchtigt werden mit diesem Verhalten der Alltag der Süchtigen sowie die sozialen Kontakte in der Realität. (vgl. Bundesministerium für Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz 2020 unter URL: www.sozialministerium.at [Datum des Zugriffs: 27.April.2020])

„Zu den Mediensüchten zählen unter anderem Süchte wie die Computersucht, Internetsucht, Fernsehsucht oder auch die Handysucht.“ (Bundesministerium für Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz 2020, unter URL: www.sozialministerium.at [Datum des Zugriffs: 27.April.2020])

Die Mediensucht ist ähnlich wie andere Suchttypen. Es werden endogene Morphine ausgeschüttet, wenn Medien genutzt werden. Damit dieses Glücksgefühl entsteht, werden die Medien immer und immer wieder genutzt. Aus dieser Sucht resultieren meist gesundheitliche Nebenwirkungen, wie zum Beispiel Wirbelsäulenprobleme durch das lange Sitzen, Sehschwächen durch das Starren in den Bildschirm oder Fettleibigkeit durch mangelnde Bewegung. (vgl. Bundesministerium für Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz 2020, unter URL: www.sozialministerium.at [Datum des Zugriffs: 27.April.2020])

Denkweisen gegenüber Medien

Es gibt immer wieder Diskussionen über die Vor- und Nachteile digitaler Medien. In der Mediensozialisation gibt es drei verschiedene Einstellungshaltungen:

- „die kulturpessimistische Position
- die medieneuphorische Position
- die kritisch-optimistische Position“
  (Süss /Lampert/Wijnen 2010, S. 29)

Kulturpessimistischen Position

Unter der kulturpessimistischen Position werden öffentliche Kritikpunkte gegenüber neuen Medien verstanden. Mit der Zeit verändern sich diese ständig. Früher waren es die schmutzigen Filme oder das Fernsehen, das bemängelt wurde. In der heutigen Zeit werden primär Computer- und Videospiele sowie die Suchtgefahr und die falsche Handhabung mit den verschiedensten Medien verurteilt. Die negativen Auswirkungen sind oft nur teilweise bewiesen, jedoch wird in der

kulturpessimistischen Position nicht unterschieden und jedes kleinste Wagnis einer Gefährdung der positiven Entwicklung wird missbilligt.

Medieneuphorische Position

Die medieneuphorische Position hingegen zielt nur auf die positiven Aspekte von neuen Medien ab. Es werden negative Aspekte vollkommen außer Acht gelassen. Die empirischen Studien werden dadurch nur fallweise beachtet, da nur die optimalen Möglichkeiten, die geboten sind, berücksichtigt werden. Ein Beispiel wären nützliche Eigenschaften, die sich durch das Computerspielen entwickeln beispielsweise Eifer ein Ziel zu erreichen. Eventuelle Suchtgefahren werden dabei ignoriert. (vgl. Süss /Lampert/Wijnen 2010, S. 30f)

Kritischer Optimismus

Der Kritische Optimismus sieht die positiven, aber vermehrt auch die kritische Sicht der Mediennutzung. Es wird ein digitales Medium situationsabhängig und personenabhängig in einer Handlung hinterfragt. Die Auswirkungen des Mediengebrauch kann also unterschiedliche Auswirkungen auf verschiedenen Personen haben. Jedoch steht die Realität im Vordergrund, erst dann folgt die Medienwelt. Wenn der Medienkonsum überhandnimmt und die echte Lebenswelt vernachlässigt wird, entstehen Probleme im alltäglichen Leben. (vgl. Süss /Lampert/Wijnen 2010, S. 32f)

Mediensozialisation-Wechselwirkung

Jeder Mensch muss sich mit seiner Position in der Gesellschaft einfinden. Es gibt viele Bestimmungen und Rahmenbedingungen, die in einer Sozialisation vorgegeben werden. Jedoch wirkt jede/jeder einzelne auf die Gesellschaft mit ein und verändert diese damit. Das bedeutet auch, dass die Gesellschaft die Mediensozialisation beeinflusst. (vgl. Süss /Lampert/Wijnen 2010, S. 43f) Es kommt zu einem wechselwirkenden Prozesse: die Gesellschaft wirkt auf die Medien ein, sowohl als auch die Medien auf die Gesellschaft.

Medien auf die Gesellschaft:

Schon immer haben Medien Einfluss auf die Bevölkerung, früher waren es vor allem analoge Medien wie Bücher oder Theateraufführungen, wobei es heute vor allem der Computer und das Internet sind. Es werden oft Informationen vermittelt, die wirtschaftlich, politisch oder soziale Werte mit sich bringen. Meist werden Medien negative Folgen zugeschrieben zum Beispiel das Gewalt als eine Konsequenz aus dem Medienkonsum resultiert. (vgl. Sander/Von Gross/Hugger 2008, S. 87f)

Gesellschaft auf die Medien

Die Mediensozialisation wird davon beeinflusst wie oft Medien genutzt werden, welche Medien genutzt werden und auch welche Medien nicht in Anspruch genommen werden. Mit der Zeit wandelt sich die Gesellschaft ständig. (vgl. Süss /Lampert/Wijnen 2010, S. 43f) Durch das Auswählen von Möglichkeiten richten sich Medien nach der Nachfrage der Mediennutzer/ Mediennutzerinnen. (vgl. Sander/Von Gross /Hugger 2008, S. 87f)

In der globalisierten Gesellschaft gibt es mehr und mehr Angebote und Optionen, die von Individuen gewählt werden können. Durch diese große Auswahl haben Personen mehr Spielraum zu wählen. Dies kann aber auch dazu führen, dass sie sich verloren fühlen und ihr Identitätsgefühl beeinträchtigt wird. Viele verwenden Medien als Stützpunkt, um ihre Angehörigkeit oder Position in einer Gruppe der Gesellschaft wiederzufinden. (vgl. Süss /Lampert/Wijnen 2010, S. 43f)

Auswirkungen der Medien im Hinblick auf die Gesellschaft

Zwei wichtige Aspekte der Digitalisierung für die Gesellschaft aus wirtschaftlicher Perspektive sind einerseits die Senkung der Kosten bzw. Steigerung der Produktivität und andererseits die Macht und Überwachungsinstanz. Durch die Steuerung mit Hilfe von Medien in der Steigerung der Produktivität und der Senkung von Kosten kann zum Beispiel der Arbeitsmarkt teilweise reguliert werden. Mit der Macht und Überwachungsinstanz wurde bereits erwähnt, dass mit Medien gewisse Werte und Themen sowie soziale Strukturen und Verhalten und Entwicklungen von Menschen kontrolliert und gelenkt werden können. Diese Macht kann sich stets positiv jedoch auch negativ auf die Gesellschaft auswirken.

Dadurch, dass nicht vorhergesehen werden kann, wie sich neuartige Medien entwickeln und welche Auswirkungen sie auf die Gesellschaft haben werden, kann diese Entwicklung in alle Richtungen gehen und zum Beispiel durch wirtschaftliche und politische Aspekte beeinflusst werden. Es muss darauf geachtet werden, dass innovative Medien begleitet und nachverfolgt werden und rechtliche Standpunkte stehts beachtet werden. (vgl. Becker 2013, S. 261)

Gesellschaftlicher Umzug in die Medienwelt

Menschen geben sehr viel ökonomisches Kapital dafür aus Medien nutzen zu können. Das Geld wird für beispielsweise für Computer, Fernsehgeräte, Handys, Spielkonsolen aber auch Dienstleistungen wie zum Beispiel Internettarife, Programme und andere Software ausgegeben. Die Ausgaben für diese medialen Produkte und Dienstleistungen sind wie Zahlungen für essenziell lebensnotwendigen Bedürfnissen sehr hoch. Es wird diskutiert, ob das Verlangen nach Unterhaltung und Informationen durch Medien nicht auch zu einem lebensnotwendigen Bedürfnis unserer Gesellschaft geworden ist. (vgl. Te Wildt 2012 S. 97f)

Die Medialisation prägt die Gesellschaft von der körperlich erlebten Welt in die virtuellen Lebenserfahrungen. Die Medien wirken sich auf alle Lebensbereiche, Erfahrungen sowie Normen der Gesellschaft aus, ein Beispiel dafür wäre der Verweis „Das war wie im Film“, wenn etwas Unglaubwürdiges passiert ist. Früher wurde etwas Unglaubwürdiges eher dazu verwiesen, dass es wie im Traum war. Auch die Erwartungen von Ereignissen sind von medialen Einflüssen bestimmt. Es müssen bestimmte Erlebnisse so ablaufen wie das in den Medien geschehen ist zum Beispiel gelten für viele Heiratsanträge nur mit großen Gesten als romantisch, so wie es zuvor in den Medien wahrgenommen wurde. (vgl. Te Wildt 2012 S. 14)

„Das Mediale selbst wird damit jedoch zu einer übergeordneten Kategorie, von der eine ungeheure Macht ausgeht.“ (Te Wildt 2012 S. 15)

Die Medien machen die virtuelle Welt aufregend, spannend und abenteuerlich. Der Alltag im realen Leben wirkt dagegen oft langweilig. Die Realität ist nicht so fesselnd und wird untergeordnet. Es werden selbsterstellte Charaktere in der virtuellen Welt eingerichtet und ihnen mehr Aufmerksamkeit geschenkt als der Autonomieentwicklung des realen Selbst. Für viele Menschen sind Mediengeräte im Alltag unverzichtbar und der mediale Zugang wird nicht mehr nur als Chance, sondern als eine Unumgänglichkeit gesehen wie z.B. ein Handy immer mit sich herumzutragen. (vgl. Te Wildt 2012 S. 16)

Die Persönlichkeiten orientieren sich oftmals danach wie die anderen Menschen einen auf Fotos und Videos sehen könnten. Da diese durch die medialisierten Alltag

jederzeit entstehen können, werden Verhaltensweisen oft danach gerichtet, wie Menschen auf diese reagieren könnten. Die Verhaltenszüge beeinflussen das natürliche Auftreten und das Selbstsein. So verschwindet das eigene Individuum. (vgl. Te Wildt 2012, S. 17)

Medienerziehung

Dadurch, dass die Welt mediatisiert ist, wachsen Kinder als Digital Natives mit den Medien auf. Medien gehören zum Alltag von klein auf und die „richtige“ Medienerziehung kann für erziehende Personen wie Eltern, Lehrer und Lehrerinnen, Pädagogen und Pädagoginnen belastend oder herausfordernd sein. Da von Generation zu Generation Medien weiterentwickelt und neuartige Medienbewegungen stattfinden, entstehen verschiedene Perspektiven und Sozialisationserfahrungen in Bezug auf Medien. Es gibt keine strikten Richtlinien wie Medienerziehung erfolgen soll. Für viele erziehende Personen könnte die verschiedene Medienerfahrungen Schwierigkeiten darstellen, um die Sichtweise der Kinder und Jugendlichen auf die Mediennutzung zu verstehen und ihnen trotzdem einen gesunden und sicheren Umgang beizubringen und eine Medienabhängigkeit zu vermeiden. (vgl. Evers-Wölk/Opielka 2016, S.19)

Motive der Mediennutzung

Es gibt einige Aspekte, die die Mediennutzung so attraktiv machen. Eines der Motive für die Nutzung von Medien ist es, den langweiligen Alltag etwas Schwung zu verleihen. Digitale Medien werden oft genutzt, um Wartezeiten zu verkürzen, als Grund für soziales Zusammensein (zusammen einen Film ansehen), das Streben nach spannenden Ereignissen, das Verlangen Gefühle zu empfinden/ nachzuempfinden oder das Versinken in andere Welten. (vgl. Röll 2010, S.27)

Eintauchen in eine andere Welt

Die Begeisterung kann so weit gehen, dass fiktionale Charaktere zu Idolen und Helden werden, welchen nachgeeifert wird. Es werden „parasoziale Beziehungen“ (Röll 2010, S.27) eingegangen. (vgl. Röll 2010, S.27)

„Parasoziale Interaktion (PSI) steht für einen spezifischen Modus, mit dem sich Rezipienten zu den in den Medien dargestellten Akteuren in Beziehung setzen [….] Konstitutiv für eine solche Art des interaktionistischen Umgangs mit medialen Bezugspersonen ist, dass die hier entwickelte Beziehung weitgehend im Imaginären verbleibt und keine wechselseitige Auseinandersetzung (Reziprozität) zwischen Rezipient und Medienakteur erlaubt.[….] Ist die parasoziale Interaktion als singulärer Akt definiert, ergibt sich eine parasoziale Beziehung (PSB) hingegen aus der Summe der Interaktionssequenzen, die nunmehr in einer Interaktiongeschichte münden kann.“ (Hartmann et al. 2004 zitiert nach Wegener 2008)

Quält es Menschen im Alltag mit Minderwertigkeitsgefühlen, Schüchternheit, Ängstlichkeit, Verlegenheit oder anderen negativen Selbstwertgefühlen ist für manche die Flucht in eine parasoziale Beziehung die Lösung. Dadurch auch die Begeisterung von digitalen Medien. (vgl. Röll 2010, S.27)

Medialer Austausch

Ein weiterer Reiz der Nutzung von digitalen Medien ist der Austausch mit Anderen. Das Gefühl Teil von etwas zu sein, im Gespräch miteinbezogen zu sein, wissen um was es geht und zu partizipieren kann ein wichtiger Aspekt für den Mediengebrauch sein. (vgl. Röll 2010, S.28) Die Konnektivität gibt Menschen das Gefühl nicht allein zu sein. Der Griff zu den digitalen Medien reicht aus, um eine Verbindung zu anderen Menschen herzustellen. Auch das Wissen, dass eine Verbindung hergestellt werden kann, wenn dies gewollt wird, reicht aus, um sich nicht allein zu fühlen. Von Beginn an hat die Menschheit das Bedürfnis nach Bindung und kann dies mit Hilfe von Vernetzung durch digitale Medien erfüllen. Unter Verwendung von digitalen Medien sind Freunde und Familie nur einen Griff zum Smartphone/ Tablet/ Laptop usw. entfernt und es kann ein Gefühl (wenn manchmal auch nur kurzzeitig) von Liebe, Nähe und Verbindung zu einem anderen Menschen empfunden werden. Das Nicht-Allein-Sein und die Verbundenheit zu digitalen Freunden und Familie zu fühlen macht die Nutzung von digitalen Medien sehr attraktiv. Dies kann jedoch zu

Schwierigkeiten und Problematiken führen, wenn es zur Medienabhängigkeit kommt und es zu negativen Gefühlen kommt, wenn digitale Medien nicht genutzt werden können. Darauf wird näher im Kapitel „Medienabhängigkeit“ eingegangen. (vgl. Otto 2016, S.4ff)

Kommunikation

Eine häufig genutzte Funktion von digitalen Medien sind die Kommunikationstools. Einem Begehren des Menschen ist es Geschichten zu erzählen und gehört zu werden. Erzählungen lösen Gefühle in Menschen aus. Wie sympathisch ein Mensch jemanden ist, hängt zum Großteil von deren Erzählungen zusammen. Es wird eine Anteilnahme und das Einfühlungsvermögen zu diesen Menschen entwickelt. Ein Beispiel dafür sind die Reaktionen in den Sozialen Netzwerken zu einer Darstellung, die gepostet wurde. Der Inhalt mit vielen Reaktionen löst Gefühle in Menschen aus, die das durch „gefällt-mir“ Angaben bewerten. Digitale Medien helfen dabei das Begehren der Menschheit sich mitzuteilen zu befriedigen und erhalten dafür auch eine Gegenleistung durch zum Beispiel „gefällt-mir“ Reaktionen, Kommentare oder sonstiges. Diese Geschichten die Menschen durch digitale Medien erzählen sind jedoch mit Vorsicht zu betrachten, da sie inszeniert werden, weil die Nutzer und Nutzerinnen wissen, dass sie den Inhalt, den sie online stellen von anderen Personen gesehen und bewertet wird. Personen wollen sich und ihre Erzählungen besser darstellen und präsentieren sich oft unbeabsichtigt idealisierend. Gewisse Makel, Fehler oder negative Aspekte werden dabei völlig außen vorgelassen z.B. durch Fotofilter, Bearbeitungsprogramme usw. Im realen Leben und realen Erzählungen und Kommunikation kann dies nicht so leicht versteckt werden. Bei face-to-face Interaktionen werden durch sofortige Reaktionen wie z.B. Mimik wird eine andere emotionale Ebene geschaffen, die die digitalen Medien nicht erschaffen können. (vgl. Otto 2016, S.89)

Medien im Alltag

Die Medien werden als eine Selbstverständlichkeit im alltäglichen Leben angesehen. Sie dienen unter anderem zur Kommunikation, Informationsquelle und zum Entertainment. Die Freizeit von vielen Menschen vor allem von jungen Erwachsenen sind geprägt durch die Verwendung von digitalen Medien. (vgl. Fromme 2015, S.431ff)

Mediengeprägter Alltag

Über die Zeit haben sich digitale Medien und der mediengeprägte Alltag durch die Medialisierung (weiter-)entwickelt und neugestaltet. Der Alltag von Menschen hat sich geändert. Eine große Veränderung der Digitalisierung und das Umstellen von analoge auf digitale Signale machte vorerst der Computer. Heutzutage ist das Smartphone ein gutes Exempel der digitalen Medien. Es ist multifunktional, das bedeutet mit dem Smartphone kann nicht nur telefoniert werden, es kann fotografiert werden, gefilmt werden, Audios/ Filme abgespielt werden, das Internet genutzt werden, Spiele gespielt werden, kommuniziert werden und vieles mehr. Somit wird das Smartphone vielfältig genutzt. Auch Computer haben heutzutage eine Multifunktionalität, ebenso Laptops und Tablets. Auf Grund von immer wieder neuartigen Veränderungen und (Weiter-) Entwicklungen der digitalen Medien bereitet es der Medienforschung Schwierigkeiten mediale Sachverhalte vollkommen zu überschauen und realisieren. Diese Neugestaltungen bieten Menschen im Alltag neue Perspektiven und Gestaltungsmöglichkeiten. Ein Beispiel dafür ist wie bereits erwähnt das Smartphone, dass durch die Nutzung von mehreren Funktionen die Handlungsmöglichkeiten der Nutzer und Nutzerinnen erweitert und neue Perspektiven ermöglicht. (vgl. Fromme 2015, S.438ff)

Der Alltag und die damit verbundene Freizeitaktivitäten können der Medienperspektive unterschiedlich sein. Viele legen einen großen Wert auf Computerspiele/ Internetspiele/ Spielkonsolen/ Smartphonespiele als Unterhaltung in der Freizeit. Durch die Selbstbestimmung von Charakteren, Welten, Rollen, Handlungen usw. wird das Spiel zu einer virtuellen Erlebniswelt, die oftmals interaktiv mit anderen Spielern genutzt werden kann. (vgl. Fromme 2015, S.440ff)

Weiterentwicklung

Durch die stetige Weiterentwicklung von Technologien in der heutigen Gesellschaft verändern sich Medien unaufhörlich. Dies stellt eine Schwierigkeit dar, die zu bewältigen gilt. Durch die Vielfalt an Erneuerungen wird eine fortlaufende Aneignung neuer Kenntnisse und Wissensstände vorausgesetzt. Ein Beispiel der ständigen Änderung sind Profile an Social Media Seiten zu erstellen, da es diese früher nicht gab. Nun werden neue Fähigkeiten abgefragt und es ist von Nöten sich mit diesen und sich selbst zu beschäftigen. Es gibt weitere Merkmale in Social-Media-Kanälen, die damit verbunden sind und dazu führen eine Identität im Internet zu erschaffen. (vgl. Süss /Lampert/Wijnen 2010, S. 105)

Zeitmanagement

Medien im Alltag können sich positiv sowie negativ auf das Zeitmanagement auswirken. Auf der einen Seite kann es passieren, dass sich Personen nach den gewissen Zeiten richten, die Medien ihnen vorgeben wie z.B. eine Fernsehshow, die zu einer bestimmten Zeit läuft oder ein Computerspiel bei den alle 3 Stunden etwas erledigt werden muss, um schneller voranzukommen. Dies kann dazu führen, dass der Alltag von Medien bestimmt wird. (vgl. Süss /Lampert/Wijnen 2010, S. 49)

Auf der anderen Seite hingegen kann dadurch gelernt werden, wie sich die Zeit bewusst einteilen lässt. Wenn ein gewisser Rahmen gesetzt wird, bei dem eine Person selbst bestimmt, wann und wie lange er/sie ein Medium benutzt z.B. die Erreichbarkeit am Handy. (vgl. Süss /Lampert/Wijnen 2010, S.50)

Die Erreichbarkeit und die Kommunikation über Medien haben sich mit der Zeit geändert. Als es ausschließlich Festnetz-Telefone gab, war es ausschließlich möglich eine andere Person anzurufen, wenn diese Person nicht abgehoben hat, musste erneut angerufen werden. Es konnten keine Nachricht hinterlassen werden oder um einen Rückruf gebeten werden. Heutzutage können Meldungen in der Mailbox, E-Mails, SMS oder andere Wege der Benachrichtigung gesendet werden, wenn die Person nicht abhebt. Nun liegt es am Adressaten den Kontakt weiterzuführen und nicht mehr wie einst bei derjenigen Person, die angerufen hat. Der Stress der Erreichbarkeit und Verfügbarkeit wächst dadurch stetig. (vgl. Otto 2016, S.31f)

Ratschläge wie mit dieser Belastung und den Druck der Gesellschaft besser umgegangen werden kann, sind laut Daniela Otto folgende:

- Die Kommunikation/ den Informationsaustausch dann stattfinden zu lassen, wenn das wirklich gewollt wird und Zeit dafür zur Verfügung steht
- Es kann auch sehr knapp geantwortet werden oder auf einen späteren Zeitpunkt verwiesen werden
- Um Fehlinterpretationen und falsche Auslegungen zu vermeiden, ist es von Vorteil, Personen wissen zu lassen, dass ausschließlich zu gewissen Zeiten am Tag, E-Mails beantwortet werden, Anrufe getätigt werden, Nachrichten gelesen und verfasst werden usw.
- Es soll ein Bewusstsein entstehen, dass es nicht unfreundlich oder abweisend ist, wenn nicht sofort geantwortet, abgehoben, zurückgeschrieben usw. wird
- Es ist völlig in Ordnung, wenn die aktuelle Beschäftigung nicht für ein Telefonat, eine SMS, ein E-Mail oder ähnlichen unterbrochen wird
- Das Gefühl der Notwendigkeit der Erreichbarkeit abzulegen
- Die Eigenverantwortlichkeit der Zeiteinteilung mit digitalen Medien in Erinnerung rufen
- Das eigene Medienverhalten zu reflektieren
- Sich selbst zu hinterfragen, was passiert wäre, wenn nicht sofort abgehoben, zurückgeschrieben, Nachrichten und Benachrichtigungen gelesen werden. Meistens ist die Antwort darauf: Nichts.

(vgl. Otto 2016, S.31f)

Risiko im Alltag

Digitale Medien ermöglichen jungen Erwachsenen im Gegensatz zu Massenmedien erweiterte Funktionen. Dies stellt für die Medienpädagogik neue komplexe Aufgaben und Problematiken dar, da eine neue Lebenswelt geschaffen wird, die virtuelle Welt, in der ein neues soziales Umfeld mit teils anderen gesellschaftlichen Wertvorstellungen und Gestaltungsmöglichkeiten vorliegt. Es können eigenständige Handlungen getroffen werden, diese sind jedoch in einem neuen gesellschaftlichen Umfeld partizipiert und wirken sich darauf aus. Es entstehen einerseits neuartige

Schwierigkeiten und Problematiken die zu bewältigen gelten und andererseits kann dieser neue Handlungsspielraum Chancen für Lern-, Lebens- und Erfahrungsbereiche bieten. Eine Gefahr dieses neuen sozialen Umfelds könnte das Verschwimmen der privaten und öffentlichen Schwelle sein. Den jungen Erwachsenen sollte auch bewusst sein, dass sie wenig bis keine Kontrolle mehr über im Internet veröffentlichte Informationen haben. (vgl. Fromme 2015, S.463) Ein weiteres Risiko von Medien im Alltag ist das Identifizieren mit den fiktionalen Charakteren und ihren Geschichten, die in den Medien dargestellt werden. Dadurch kann das Wahrnehmung des Selbst sowie der Umwelt erschüttert werden. Die zwischenmenschliche Interaktion soll durch Medienkommunikation ergänzt werden, anstatt ersetzt zu werden. (vgl. Süss /Lampert/Wijnen 2010, S. 49f)

Es erfordert Fähigkeiten und Fertigkeiten, die Digital Natives zum Teil durch das Aufwachsen in der mediengeprägten Gesellschaft bereits initiiert haben und zum Teil durch die ständige Weiterentwicklung der digitalen Medien neu erwerben müssen. (vgl. Fromme 2015, S.463)

Beziehungen

Da im Alltag digitale Medien wie ein Smartphone oder das Internet integriert sind, vor allem im Kontext der häuslichen Alltagsroutinen, wirkt sich das auch auf die Beziehungen aus. Die Kommunikation und Interaktion im Alltag verändert sich durch die Mediennutzung. Die digitalen Medien werden zu Hause so platziert, dass sie entweder zur Nutzung praktisch sind oder andererseits zum Rückzug aus der realen Welt dienen. Ein Beispiel dafür kann ein Computer so in der Wohnung platziert sein, dass er nicht in einem Gemeinschaftsraum, in dem Unterhaltung stattfinden soll, platziert wird, sondern separat in einem eigenen Arbeitszimmer. Das Arbeitszimmer wird so zu einem abgetrennten Rückzugsort in dem abgesondert und bewusst gearbeitet oder sich zurückgezogen werden kann. Auf der anderen Seite kann es sein, dass der Computer mit Absicht in einem Gemeinschaftsraum platziert wird, um diesen im Alltag zu integrieren. Ein Fernseher wird häufig in einem Gemeinschaftsraum platziert, da fernsehen eine gemeinsame Freizeitaktivität ist, die stattfindet. (vgl. Röser/ Peil 2020, S. 220-242)

Die eigene Aufmerksamkeit wird oftmals stärker den digitalen Medien als dem eigenen Partner/ einen Freund/ einer Freundin gewidmet. Es werden Emotionen durch digitale Medien hervorgerufen, wenn zum Beispiel das Smartphone gerade wenig Akku hat oder es zu Hause/im Auto vergessen wurde oder schon lange nicht darauf geblickt wurde. Digitale Medien werden sowohl mit positiven als auch mit negativen Gefühlen behaftet zum Beispiel Freude, wenn das Handy klingelt, weil beispielsweise eine geliebte Person anruft oder Frustration/ Stress, wenn das Handy klingelt, weil es beispielsweise schon das 10 Mal in kurzer Zeit klingelte. Dadurch entsteht eine emotionale Bindung zu einem Gerät. (vgl. Otto 2016, S.22) Es kann auch zu Streitthemen oder Diskussionen in Beziehungen führen. Ein Beispiel dafür wäre, wenn die gegenüberliegende Person einen nicht richtig zuhört auf Grund der Nutzung von digitalen Medien oder die Aufmerksamkeit gerade auf diese bezieht anstelle von den realen Beziehungen. Es ist vom Vorteil, dass jedem Menschen bewusst wird, dass ein Endgerät keine zwischenmenschliche Beziehung und die damit verbundenen menschlichen Gefühle ersetzen kann. (vgl. Otto 2016, S.17)

Medienanwendung

Um erfolgreich an der Mediensozialisation teilzuhaben, muss eine bewusste Handhabung mit den Medien erlernt werden. Die negativen Aspekte, die hervorgerufen werden können, sollen dadurch vermieden werden und die positiven Merkmale sollen genutzt werden.

Die Medienanwendung soll immer kritisch reflektiert werden. Es soll über den Alltag nachgedacht werden und anschließend der eigene Mediengebrauch widergespiegelt werden, ob der denn bewusst und im Maße genutzt wurde. Es sollte eine Balance stattfinden und immer noch genügend Zeit für ausgleichende Aktivitäten vorhanden sein.

Wenn im Tagesablauf eine Gewohnheit der Mediennutzung eintritt, soll auch diese erörtert werden und es soll hinterfragt werden, wieso diese vorhanden ist und welche Rolle sie spielt. Das bedeutet nicht, dass dieser Gebrauch abgestellt werden muss, er sollte lediglich ergründet werden. (vgl. Süss /Lampert/Wijnen 2010, S. 96f)

Soziale Medien



Abbildung 2: Social Media

Es gibt verschiedene soziale Medien auch „Social Media“ genannt. Diese Plattformen und Blogs sowie Foren können für viele unterschiedliche Aktivitäten genutzt werden zum Beispiel: um sich auszutauschen, zu kommunizieren, Produkte zu kaufen/verkaufen, Informationen zu erhalten, Gruppen beizutreten und vieles mehr. Meist wird ein Profil von sich selbst erstellt. Es wird oft privates im öffentlichen preisgegeben. (vgl. Sutter 2010, S. 49) Es sind nicht unbedingt tiefe Medienkompetenzen von Nöten, um auf soziale Medien Bilder hochzuladen, etwas zu posten oder zu chatten. Einer der wichtigsten Punkte, wieso sie genutzt werden, sind die zwischenmenschlichen Interaktionen. So können sich Menschen auf der ganzen Welt vernetzen und miteinander in Kontakt stehen. Sie werden dann als „Freundin/Freund“ zu der Kontaktliste hinzugefügt. Bedeutende Informationen können nicht nur erlangt werden, sondern auch selbst veröffentlicht werden.

Facebook

Die zurzeit bekannteste soziale Plattform ist Facebook. (vgl. Schmidt 2018, S. 11f) In Österreich nutzten im Jahre 2013 bis 2018, 3,8 Millionen Menschen mindestens einmal im Monat Facebook und 3 Millionen nutzten es täglich. Im Durchschnitt nutzt jede/r zweite Person Facebook, die Zahl in Prozent liegt bei 47%. (vgl. Statista Austria 2019, Facebook Österreich unter URL: https://de.statista.com/ [Datum des Zugriffs: 15.Jänner.2020]) Weltweit sind die Zahlen im dritten Quartal 2019 bei 2,45 Milliarden aktive Facebook Nutzer. (vgl. Statista Austria 2019, Facebook Weltweit unter URL: https://de.statista.com/ [Datum des Zugriffs: 16.Jänner.2020]) Es gab auch vorher schon verschiedene Social Media Unternehmen, die diverse Schwerpunkte hatten, wie z.B. im deutschsprachigen Regionen StudiVZ oder SchülerVZ mit dem Schwerpunkt auf dem Informationsaustausch für Studierende oder Schüler. Jedoch gibt es diese nicht mehr, weil ein Wechsel auf die soziale Plattform Facebook stattgefunden hat. (vgl. Schmidt 2018, S. 11f)

Multimediaplattformen- Instagram, Youtube und Snapchat

Weiteres gibt es Multimediaplattformen wie Youtube, Instagram, Snapchat, Pinterest, TikTok. Bei diesen liegt der Fokus vor allem auf Fotos und Videos. (vgl. Schmidt 2018, S. 11f) Instagram liegt in Österreich an zweiter Stelle hinter der dominierenden, sozialen Plattform Facebook, mit einer aktiven Nutzerzahl von 2,3 Millionen Menschen in Österreich. Instagram gehört seit 2012 zu Facebook, da es für 1 Milliarde Dollar abgekauft wurde. (vgl. Statista Austria 2019, Instagram Österreich unter URL: https://de.statista.com/ [Datum des Zugriffs: 16.Jänner.2020]) Weltweit liegt die Zahl der aktiven Instagram Nutzer und Nutzerinnen bei 1 Milliarde (vgl. Statista Austria 2019, Instagram Weltweit unter URL: https://de.statista.com/ [Datum des Zugriffs: 16.Jänner.2020])

Tiktok ist nicht nur in Österreich, sondern weltweit das einflussreichste Forum für kurzzeitige Videos, die auch Reels genannt werden, auf dem Smartphone. 57% der Kinder und Jugendlichen in Österreich nutzen diese Plattform. Sie ist diejenige Plattform, die seit dem letzten Jahr am rasantesten zugenommen hat was User und Userinnen betrifft in der Kategorie von Kinder und Jugendlichen. Die App ist somit auf Platz Nummer 5 der angesehensten sozialen Plattformen in Österreich. (vgl. Statista Austria 2021, TikTok unter URL: https://de.statista.com/ [Datum des Zugriffs: 17.Jänner.2021])

Des Weiteren gibt es noch Blogs (Kurzform von Weblogs). Blogs sind wie Tagebücher, indem über unterschiedlichste Themen berichtet werden kann. Sie können von Menschen verfolgt, kommentiert und über inhaltliches diskutiert werden. Es gibt Blogs die über alltägliche, persönliche Thematiken berichten und Blogs in denen wirtschaftliches, politisches, fachspezifisches, literarisches Wissen wiedergegeben wird. Oftmals betreiben auch Experten und Expertinnen eines Fachgebietes den Blog. Auch die Plattform Twitter zählt zu den Blogs, es können kurze Aussagen bzw. Stellungsnahmen über unzählige Themen gepostet werden. Da diese sich jedoch auf 140 Zeichen beschränken werden diese Blogs „Microblogs“ genannt. Damit diese Statements genannt „Tweets“ von einer Person auf seiner Chronik erscheinen, werden Personen abonniert. Dies wird dann „Follower“ genannt. Es ist dadurch und durch die sozialen Interaktionen übers Internet nahezu aufgebaut wie Facebook. (vgl. Schmidt 2018, S. 12)

Eine weitere bedeutende Dienstleistung von sozialen Medien sind die sogenannten „Instant Messages“. Dies funktioniert ähnlich wie SMS, es sind Chats, die meist mit Plattformen verbunden sind, wie zum Beispiel Facebook Messenger oder Whatsapp. Es zählt auch Skype zu den Instant-Message Diensten. Mit diesen Plattformen ist die Kommunikation noch intensiver und näher an realen Konversationen, durch die Möglichkeit des schnellen Antwortens, benutzen von Emojis und des zwang- und formlosen Sprachstils. Die Sprachweise ist meist ungezwungen und mit Abkürzungen geprägt, wie zum Beispiel: kP bedeutet kein Problem oder jz bedeutet jetzt. (vgl. Schmidt 2018, S. 13f)

Selbstdarstellung in soziale Plattformen

Die soeben dargestellten sozialen Plattformen werden oft dazu genutzt, um sich selbst oder die eigene Meinung zu präsentieren. Diese Informationen können verschiedenste Reichweiten haben durch die Einstellung der Privatsphäre. Wieviel von sich selbst preisgegeben wird, ist von Person zu Person abhängig. Persönliche Informationen digital zu veröffentlichen ist heutzutage sehr leicht und schnell verwirklicht. Es gibt mehrere Gründe, wieso Menschen soziale Plattformen nutzen, um Auskünfte über die verschiedensten persönlichen Aspekte geben. Ein großer und wichtiger Grund ist lediglich, weil es ihnen möglich ist, und sie nutzen diese Möglichkeit aus. (vgl. Schmidt 2018, S. 23) Dadurch verschwimmt die Grenze zwischen öffentlichen und privaten Informationen sehr leicht. Leute teilen häufig private Auskünfte, wie z.B. Urlaubsfotos, da sie diese ihren Online Freundeskreis zeigen wollen. Ein weiterer Grund persönliches zu veröffentlichen, ist für viele das in Kontakt bleiben sowie sichtbar sein für die Online Freunde und Freundinnen. Wenn eine Person etwas von sich preisgibt, können andere Leute etwas darauf entgegnen. Die geteilten Beiträge hängen also oft davon ab, wen es erreichen soll und wer alles zu den Online Freunden und Freundinnen zählt. Je nachdem, welche Eindrücke bei den eigenen sozialen Online-Kontakten geschaffen werden sollen, werden verschiedene Fotos, Meinungen oder Informationen gezeigt. (vgl. Schmidt 2018, S. 28f)

Durch selbst angelegte Profile wird die eigene Identität dargestellt. Es wird überlegt, wie man auf das Gegenüber wirken will und was einen ausmacht. Dies passiert in

einem Wechselspiel mit dem sozialen Umfeld, da diese auf die selbst erstellte Identität reagiert. Durch die Reaktionen wie „Kommentare und Gefällt mir-Angaben“ (Schmidt 2018, S. 31) wird eine Rückmeldung auf die Informationen, die über die eigene Identität gegeben wurde, gegeben und es entsteht ein Wissen darüber, wie es auf die sozialen Online-Kontakte wirkte. Außerdem wird ein Zugehörigkeitsgefühl des sozialen Netzwerkes empfunden.

Da die sozialen Kontakte Einfluss auf die Selbstdarstellung haben, ist die Beziehung zu den Online-Kontakten relevant: Sind es ArbeitskollegInnen, sehr gute Freunde oder auch fremde Personen, die den Beitrag sehen können? Dies gilt als Führungshilfe für das Ziel der Selbstdarstellung. (vgl. Schmidt 2018, S. 31)

Es wird bereits als Rarität und Seltenheit angesehen, wenn junge Erwachsene soziale Plattformen meiden, um sich dort nicht zu präsentieren oder sich bewusst von der Technologie zu distanzieren. Die Trennung zwischen privaten und öffentlichen Informationen, die Preis gegeben werden, kann durch soziale Medien leichter schwinden. Die gesellschaftlichen Grundprinzipien der Weitergabe von Informationen des eigenen Privatlebens werden neu definiert. Durch die leichte Übermittlung von privaten Auskünften auf Grund von sozialen Plattformen, wird der private Rahmen ausgeweitet und mehr Privates (mit-)geteilt. (vgl. Schmidt 2018, S.43)

Selfies & Fotos in den sozialen Netzwerken



Abbildung 3: Selbstdarstellung in den sozialen Netzwerken

„Selfies“ sind Bilder, die von sich selbst gemacht werden, meist um sich in den sozialen Medien zu präsentieren. Es entsteht ein Druck unter den jungen Erwachsenen besonders beeindruckende Fotos in den sozialen Medien darzustellen. Die Fotos der jungen Erwachsenen werden verglichen und ein oft unterbewusstes wetteifern entsteht: Die geposteten Fotos sollen schöner, besser und beeindruckender sein als die, der Online-Kontakte oder Influencer und Influencerinnen. Influncerinnen und Influencer sind Personen die in sozialen Medien weitverbreitend, anerkannt, meinungsbildend

sind, die ihre Werte, ihr Leben oder ihre Einstellungen vertreten. (vgl. Duden 2022, unter URL: https://www.duden.de [Datum des Zugriffs: 12.12.2022]).

Es kann ein Neid entstehen durch die Fotos, die von Online-Kontakten gepostet werden. Somit steigt nicht nur der Druck zur besseren Selbstinszenierung, sondern auch die Unzufriedenheit mit dem eigenen Leben oder dem eigenen Erscheinungsbild. (vgl. Otto 2016, S.103)

Suchtpotenzial der Sozialen Medien

In der Dokumentation „Das Dilemma mit den sozialen Medien“ erklären mehrere Experten und Expertinnen, was im Hintergrund der Unternehmen von sozialen Medien abläuft.

Tristan Harris (Google: Former Design Ethicist, Center for Humane Technology: Co-Founder) erzählt zum Beispiel davon, dass es etliche Designer gibt, die versuchen herauszufinden, welche Form, Farbe usw. am besten die Benutzer und Benutzerinnen anspricht und diese entsprechend eingesetzt werden können und das Suchtpotential gesteigert werden kann.

Die Unternehmen der sozialen Medien haben drei Absichten:

- Das Benutzer und Benutzerinnen sollen immer wieder auf die digitalen Medien zugreifen und sie weiter benutzen. Sie wollen die Medientätigkeit ausweiten.
- Es sollen so viele Menschen wie möglich, die sozialen Medien ihres Unternehmens nutzen und immer wiederkommen
- Es soll sehr viel Geld mit dem Marketing eingebracht werden.

(vgl. Harris in Das Dilemma mit den Sozialen Medien 2020)

Durch diese Absichten konkurrieren laut Jeff Seibert (Twitter: Former Executive Serial Tech Entrepreneur) verschiedene Unternehmen, um ihre Benutzer und Benutzerinnen. Daher werden Algorithmen entwickelt, die die Benutzer und Benutzerinnen und ihre Aktivitäten genau erforschen zum Beispiel wie lange welcher Beitrag angesehen wird oder wann welche Tätigkeit häufig genutzt wird. Es wird herausgefunden, wie jeder Benutzer und jede Benutzerin handeln und in weiterer Folge Prognosen erstellt, wie sie handeln werden. Es wird herausgefunden was den

Benutzern und Benutzerinnen gefällt, welche Videos/Bilder sie häufig ansehen, was sie berührt und was sie interessiert. Dann werden zum Beispiel an die Person angepasste Benachrichtigungen auf das Handy gesendet, damit die Aufmerksamkeit und die Aktivitätszeit wieder gesteigert werden kann. (vgl. Seibert in Das Dilemma mit den Sozialen Medien 2020)

Auch Jaron Lanier:(Founding Father of Virtual Reality Computer Scientist) gibt in der Dokumentation wieder, dass diese Unternehmen Geld damit machen das Verhalten von Nutzer und Nutzerinnen zu manipulieren. (vgl. Lanier in Das Dilemma mit den Sozialen Medien 2020)

Durch diese Algorithmen werden nicht nur die Handlungsschritte sowie die Angewohnheiten untersucht, sondern es werden unterbewusste Aktionen hervorgerufen. (vgl. Harris in Das Dilemma mit den Sozialen Medien 2020) Dadurch, dass das System genau weiß, was bei den Benutzern und Benutzerinnen Dopamin ausschüttet, wird genau dieses Belohnungssystem genutzt, um die Nutzung auszudehnen. (vgl. Palihapitiya in Das Dilemma mit den Sozialen Medien 2020)

Dr. Anna Lembke (Standford University: School of Medicine Medical Director of Addiction Medicine) meint dazu, dass es deshalb völlig logisch ist, dass soziale Medien wie Drogen wirken, da Menschen evolutionär gesehen, schon immer die Gemeinschaft benötigt haben und ein Zusammenleben bestrebten. Social-Media-Kanäle greifen genau diese Aspekte auf. Dr. Lembke wundert es daher nicht, dass soziale Medien abhängig machen können. (vgl. Lembke in Das Dilemma mit den sozialen Medien 2020)

Im Dokumentarfilm wurde das Zitat von Edward Tufte angeführt, das hierzu passend ist:

“There are only two industries that call their customers ‘users’: illegal drugs and software” (Edward Tufte in Das Dilemma mit den Sozialen Medien 2020)

Laut Sean Parker (Facebook: Former President) zielen soziale Medien auf die Unsicherheiten und Probleme von Benutzern und Benutzerinnen ab. (vgl. Parker in Das Dilemma mit den Sozialen Medien 2020)

Daher erhöhen sich laut Jonathan Haidt, PhD (NYU Stern School of Business: Social Psychologist, Author: The Righteous Mind: Why Good People are divided by Politics and Religion) die psychischen Erkrankungen und Selbstmorde, vor allem bei der jüngeren Generation. (vgl. Haidt in Das Dilemma mit den Sozialen Medien 2020)

Medienabhängigkeit

Wenn an eine Abhängigkeit gedacht wird, wird diese Erkrankung meist mit Substanzen wie Alkohol und Drogen assoziiert. Jedoch fallen unter diesen Begriff auch die Verhaltenssüchte, wie z.B. Spielsucht, Sportsucht, Sexsucht und Mediensucht. Es ist schwer zwischen einem intensiv betriebenen Hobby und einem negativ auswirkenden Suchtverhalten zu unterscheiden. Das Suchtverhalten nimmt jedoch meist den Hauptanteil im Leben der Betroffenen ein und andere Lebensbereiche werden vernachlässigt. Es besteht ein innerer Druck der Sucht nachzugehen und ist oft nicht mehr wie anfangs mit Freude verbunden. Der Beweggrund dafür, sind die positiven Erinnerungen, die im Gedächtnis gespeichert worden sind. Die Dopamin Ausschüttung im Belohnungszentrum des Gehirns wird aktiviert, wenn das bestehende Bedürfnis der Sucht befriedigt wird. Dadurch entsteht für die Betroffenen ein Glücksgefühl. Oft ist kein Nutzen der Sucht mehr gegeben, zum Beispiel macht das Computerspielen gar keinen Spaß mehr, es ist ein Verhalten, das ausgeführt werden muss und nicht bewusst gesteuert werden kann. Dies macht einen großen Unterschied zwischen Hobby und Verhaltenssucht aus. (vgl. Müller 2017, S.6f). Ob ein Steuerungsverlust der Verhaltenssucht vorherrscht, kann mit folgenden Fragen schnell überprüft werden:

- Ist es möglich einen relevanten Fokus auszurichten und den Mediengebrauch selbstständig für eine gewisse Zeit anzuhalten?
- Ist es möglich, vorgesetzte Medienkonsumzeiten einzuhalten?
- Kann die Zeit, in der die Medien verwendet werden, richtig eingeschätzt werden oder herrscht eine große Falscheinschätzung vor?

(vgl. Müller 2017, S.21)

Eine Medienabhängigkeit ist laut Calia gegeben, „…wenn man mehr als 4 Stunden täglich Medien konsumiert, ein Kontrollverlust stattfindet (man spielt länger als intendiert), der Mediengebrauch zu einer Verhaltenseinengung führt (das Medium nimmt einen zentralen Platz im Leben ein, wichtige andere Aktivitäten werden reduziert oder eingestellt) und der Konsum trotz biopsychosozialer Konsequenzen (Gefährdung sozialer Beziehungen, Vernachlässigung schulischer oder beruflicher Aufgaben, körperliche Symptome) fortgeführt wird.“ (Calia 2013, S. 111) Die Medienabhängigkeit ist eine neuzeitliche Angelegenheit. (vgl. Calia 2013, S. 111)

Internetabhängigkeit

Geschichte Entstehung des Internets

Früher konnte der Computer zur Kommunikationszwecke nur so weit hingehend genutzt werden, dass eine Personen Nachrichten für eine andere Person abgibt, die das gleichen Gerät vom gleichen Hersteller hatte wie er/ sie. (vgl. Becker 2013, S. 183) Heutzutage werden durch die Entstehung des World Wide Web nicht nur Computer, sondern auch Smartphones, Tablets und andere Endgeräte für die Kommunikation, jedoch auch für viele andere Aktivitäten, die dadurch entstanden sind, genutzt. Durch die einfache Bedienung des Internets ist es nicht nur mehr für technisch affine Personen nutzbar, vielmehr für alle Personen, die es nutzen möchten. Es kann von allen Personen im alltäglichen Leben Informationen im Internet bereitgestellt und/ oder gefunden werden. Um eine gesuchte/ gewünschte Information zu finden, ist es nicht mehr von Nöten eine Bibliothek aufzusuchen, das richtige Buch mit dem richtigen Thema zu finden und darin nachzuschlagen. Es wird lediglich die Suchmaschine im Internet wie zum Beispiel Google geöffnet, die gewünschte Information eingetippt und es wird eine riesige Auswahl an Informationen in blitzeseile zur Verfügung gestellt. (vgl. Becker 2013, S. 189f)

Über die Medienabhängigkeit liegen sehr wenige empirische Studien vor, da es ein neuzeitliches Problem ist. Es wurde von PINTA (Prävalenz der Internetabhängigkeit) eine repräsentative Stichprobe in Deutschland erhoben. Insgesamt wurden 15.000 Personen telefonisch befragt, die im Alter zwischen 14 und 64 Jahre alt waren. Durch die erhobene Stichprobe liegt eine Schätzung der Internetabhängigkeit bei 1,5% der

Bevölkerung vor. Bei den 14-24-Jährigen ergibt die Stichprobe eine Internetabhängigkeit von 2,4% und bei den 14-16-Jährigen sogar eine Internetabhängigkeit von 4,0%. Auffällig dabei ist es, das jungen Frauen häufiger Soziale Netzwerke nutzen (77,1%) und weniger zu Online-Spiele tendieren (7,2%). Junge Männer nutzen, im Vergleich zu jungen Frauen, Soziale Netzwerke zu einen etwas geringeren Ausmaß mit 64,8% und spielen zu einen etwas höheren Anteil Online-Spiele mit 33,6% (vgl. PINTA 2013, unter URL: www.bundesgesundheitsministerium.de [Datum des Zugriffs: 04.05. 2020])

Ein relevanter und sehr großer Bereich der Medienabhängigkeit ist die Internetsucht. Im Jahr 2019 war in 90% der Haushalte ein Internetzugang verfügbar, im Gegensatz zu 2002 waren nur 33,5% der Haushalte mit einem Internetzugang ausgestattet. Die Internetnutzung 2019 von Jugendlichen zwischen 16-24 Jahren liegt bei 99,2% und bei den 25-34-Jährigen bei einem Prozentsatz von 98,4%. (vgl. Statistik Austria 2020 unter URL: www.statistik.at [Datum des Zugriffs: 04.05. 2020])

Entstehung der Internetabhängigkeit

Neuzeitlich wird oft behauptet, der Grund für eine Internetsucht liegt daran, dass es das Internet überhaupt gibt, jedoch gäbe es dann viel mehr Internetabhängige. (vgl. Müller 2017, S.25ff)

Merkmale die das Internet so begehrenswert machen werden unter „Triple-A Engine“ zusammengefasst: Accessibility, Affordability, Anonymity. Das Accessibility beschreibt die Zugänglichkeit des Internets, es kann sehr einfach jederzeit und global verwendet werden. Affordability steht für den günstigen, mit wenig Umständen verbundenen und nicht zu zeitaufwändigen Zugang des Internets. Durch die Anonymity ist die Anonymität gemeint, die gegeben ist, wenn das Internet genutzt wird. (vgl. Evers-Wölk/Opielka 2016, S.9)

Es zeigen sich jedoch einige Merkmale, die die Internetsucht fördern können. Verschiedene Internetaktivitäten haben unterschiedliche Suchtfaktoren. Wie abhängig machend diese Aktivitäten sind, hängt davon ab, welche Internetanwendung benutzt wird.

So haben Mehrspieler-Kampfspiele sowie Mehrspieler Rollenspiele eine größere Suchtstärke. Zu weitere suchtmachenden Faktoren zählen das kontinuierliche zur Verfügung sein müssen, die Notwendigkeit für das Spiel an einem bestimmten Ort online gehen zu müssen, die anonyme Identität sowie die Reichhaltigkeit an Auswahl. Des Weiteren können Merkmale der Mediensozialisation im kindlichen Alter die Entstehung einer Internetsucht erhöhen. Für Kinder kann das Internet als eine Art Sicherheit dienen. Es ist etwas Stabiles, worin sie aus dem realen Leben flüchten können. Zusätzlich ist das Zurückziehen aus der realen Welt nicht nur ein Ergebnis der Internetsucht, sondern kann auch Grund der Entstehung sein, wenn die Betroffenen sich einsam und allein fühlen und sich dadurch in die virtuelle Welt begeben. (vgl. Müller 2017, S.25ff)

Auch Persönlichkeitsmerkmale wie „Neurotizismus“ (Müller 2017, S.28) ist ein Merkmal, dass die Internetsucht fördern kann. Unter Neurotizismus werden die Menschen bezeichnet die mit „pessimistischer Selbst- und Welteinsicht […], mit höherer Ängstlichkeit, emotionaler Labilität sowie einer erhöhten Tendenz, Situationen stressreich, bedrohlich und überfordernd zu bewerten.“ (Müller 2017, S.28) assoziiert werden. Viele Internetabhängige haben diese Persönlichkeitseigenschaft des Neurotizismus. Einigen der Betroffenen fällt es im realen Leben schwer mit sozialen Situationen richtig umzugehen und haben Probleme und Zweifel solchen Kontexten gegenüberzutreten. Sie meiden soziale Gegebenheiten und ziehen sich lieber in die online Welt zurück. (vgl. Müller 2017, S.28)

Formen der Internetabhängigkeit

Es gibt fünf verschiedene Formen der Internetabhängigkeit, die Kimberly Young 1998 beschreibt:

Abhängigkeit der Sozialen Onlinebeziehungen

Die Online-Beziehungen oder auch Cyberbeziehungen werden in Chatrooms oder sozialen Netzwerken aufgebaut, in welchen die Personen mit anderen Personen interagieren können. Die realen Beziehungen werden dabei vernachlässigt. Durch unrealistische Erwartungen der persönlichen Interaktionen können soziale Fähigkeiten außerhalb des Online-Lebens verringert werden. Dies erschwert den Aufbau von realen Beziehungen und erhöht wiederum die Abhängigkeit der Cyberbeziehungen. (vgl. Young in Addiction Center 2020, unter URL: www.addictioncenter.com [Datum des Zugriffs: 21.06.2020])

Netzwerkzwänge wie Online-Spielsucht

Darunter fallen Online-Spiele, Glücksspiele, Aktienhandel, zwanghaftes Online-Shopping. Diese Gewohnheiten können sich negativ auf die finanzielle Situation sowie beruflichen Tätigkeiten der Abhängigen auswirken. Die hohen Geldbeträge, welche bei diesen Tätigkeiten oft verloren werden, können zu Stress-Situationen in der Beziehung führen und sie negativ beeinflussen. (vgl. Addiction Center 2020, unter URL: www.addictioncenter.com [Datum des Zugriffs: 21.06.2020])

Durch die Online-Spiele, die global vernetzt sind, können Spieler und Spielerinnen mit/gegen Personen überall auf der Welt spielen. Es wird eine virtuelle Welt aufgebaut, in der allein oder in Teams gespielt werden kann. Es gibt immer neue Aufgaben, die bewältigt werden müssen und die Leistungen und der Einsatz werden im Spiel belohnt z.B. durch das Erlangen der nächsten Stufe im Spiel. Die Online spiele können das Konkurrenzdenken und den Wettstreit fördern. Wenn in einem Team gespielt wird kann das Zugehörigkeitsgefühl und das Selbstwertgefühl gesteigert werden, weil die Spielerin/der Spieler sich als wichtigen Part von etwas Bedeutenden sieht. Das positive Gefühl des Selbstwerts und der Zugehörigkeit sind Faktoren, die das Suchtpotenzial steigern. (vgl. Evers-Wölk/Opielka 2016 S. 11)

Unter Online-Shopping-Sucht wird das unkontrollierbare Verhalten verstanden Einkäufe von materiellen Gegenständen sowie Serviceleistungen übers Internet zu tätigen. Dabei wird das Gekaufte nicht wirklich benötigt, es dient dazu den Drang etwas Neues zu erlangen, zu stillen. Dies führt oft zu finanziellen Schwierigkeiten, sozialen Beziehungsproblemen bis hin zu kriminalen Verhaltensweisen z.B. Betrug von Vermögenswerten. Mit Hilfe von Online-Marketingstrategien werden Angebote und Werbungen abgestimmt auf die jeweilige Person, die online ist, angezeigt. Es werden mit zuvor erkundeten, abgesicherten Daten gezielte Werbungen platziert und somit planmäßig bedachte Marketinganzeigen geschaltet. Dies verleitet umso mehr Einkäufe zu tätigen. Motive für Online-Shopping sind vor allem das rund um die Uhr eingekauft werden kann, dass keine Wartezeiten entstehen, dass die Produkte vor die Türe geliefert werden und so nicht außer Haus gegangen werden muss und das Preisvergleiche sehr einfach getätigt werden können ohne von Geschäft zu Geschäft laufen zu müssen.

Zur Online-Glücksspielsucht zählen alle Glücksspiele, die übers Internet getätigt werden können. Beispiele dafür sind Lotto, Sportwetten, Roulette, Black-Jack und viele mehr, es können Glückslose gekauft werden, auf Verschiedenstes gewettet werden und gegen den Computer oder andere Spieler und Spielerinnen gespielt werden. Es existieren Unmengen an Online-Glücksspielen im Internet vor. Die Glücksspiele sind deshalb so verlockend, weil Spieler und Spielerinnen die Chance ergreifen wollen, schnell viel Geld zu gewinnen. Marketingstrategien werben mit Anmeldeboni oder anderen finanziell reizenden Gründen, die Personen dazu verlocken sollen Geld zu investieren, um vielleicht einen Geldgewinn zu erlangen. Bei der Online-Glücksspielsucht können die Abhängigen es nicht mehr regulieren, die Spiele in Maßen zu spielen. Durch die finanziellen Kosten der Online-Glücksspielsucht werden oft das eigene Vermögen verspielt, Schulden gemacht oder sogar kriminelle Verhaltensweisen aufgezeigt, um die Sucht zu finanzieren. (vgl. Young in Addiction Center 2020, unter URL: www.addictioncenter.com [Datum des Zugriffs: 21.06.2020])

Cybersexabhängigkeit

Die Cybersexabhängigkeit umfasst alle pornographischen Webseiten, Chatrooms und Webcam-Dienste. Eine Abhängigkeit kann sexuelle, romantische oder intime Beziehungen in der realen Welt beeinträchtigen. (vgl. Addiction Center 2020, unter URL: www.addictioncenter.com [Datum des Zugriffs: 21.06.2020])

Zur Cybersexsucht zählen die unkontrollierten Zwänge pornographischer Darstellungen zu konsumieren. Das Internet wird dazu genutzt der Erfüllung von sexueller Lust und Verlangen nachzugehen. Der Zugang ist sehr leicht, meist kostenlos und mit einer großen Angebotsvielfalt geprägt. Dies kann zu Problematiken führen, durch die große Vielzahl an verschiedenen Darstellungen und der Tatsache, dass die Anonymität gegeben ist. Dadurch könnte es zu herabwürdigenden humanen Neigungen kommen. Der Toleranzbereich für sexuelle Aggressivität und Gewaltverhalten gegenüber anderen Personen kann erhöht sein.

Bei einigen Cybersexsüchtigen wirkt sich die Abhängigkeit so aus, dass sie sich in der virtuellen Welt verführerisch, begehrt und aufreizend fühlen, weil die Anonymität gegeben ist und in der realen Welt fühlen sie genau das Gegenteil. Deshalb flüchten sie in das Internet, indem sie sich gut und sicher fühlen und sich sexuell ausleben können. (vgl. Evers-Wölk/Opielka 2016 S. 13f)

Zwanghafte Informationssuche Online

Informationen können heutzutage sehr einfach im Internet erlangt werden. Diese Form der Abhängigkeit besteht darin, Wissen und Daten zwanghaft zu erlangen und sammeln. Durch das zwanghafte Suchen nach Informationen können Arbeitstätigkeiten vernachlässigt werden. (vgl. Young in Addiction Center 2020, unter URL: www.addictioncenter.com [Datum des Zugriffs: 21.06.2020])

Computerspieleabhängigkeit

Die Computerspielabhängigkeit ist die älteste Form der Medienabhängigkeit. Heutzutage gibt es eine große Anzahl an verschiedenen Computerspielen, egal ob offline oder online Spiele kann diese Abhängigkeit zu einem Problem im Alltag werden.
(vgl. Addiction Center 2020, unter URL: www.addictioncenter.com [Datum des Zugriffs: 21.06.2020])



Abbildung 4: Computerspieleabhängigkeit

Es gibt verschiedene Webseiten, auf denen getestet werden kann, ob eine Gefahr besteht Internetsüchtig zu sein. Das Bundesministerium für Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz führt zwei dieser Webseiten auf:

- www.ins-netz-gehen.de
- saferinternet.at

Diese Webseiten stellen nicht nur Selbsttests zur Verfügung, sondern auch Informationen wie richtig mit dem Internet umgegangen wird und welche Art von Internetkonsum (un)bedenklich ist. Außerdem können sich Eltern, Jugendliche, Senioren und Seniorinnen, Lehrende oder Jugendarbeiter und Jugendarbeiterinnen auf diesen Webseiten über verschiedenen Themen wie Cyber-Mobbing, Soziale Netzwerke, Datenschutz, Online-Shopping, Selbstdarstellung uvm. informieren, um zu wissen, wie das Internet sicher genutzt werden kann. (vgl. Bundesministerium für Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz 2020, unter URL: www.sozialministerium.at [Datum des Zugriffs: 06.Juli.2020])

Fernsehabghängigkeit

Laut Statista haben in Österreich im Jahr 2019 durchschnittlich ca. 5 Millionen Menschen ab 12 Jahren jeden Tag ferngesehen. Die durchschnittliche Fernsehdauer betrag 2019 169 Minuten pro Tag. (vgl. Statista 2020, Tagesreichweite unter URL: www.statista.com [Datum des Zugriffs: 01.Dezember.2020])

98 % der Haushalte in Österreich besitzen ein Fernsehgerät, bei fast allen ist dies ein Flachbildfernseher. 53% der Österreicher und Österreicherinnen besitzen ein Smart

TV-Gerät. (vgl. Statista 2020, Haushaltsausstattung unter URL: www.statista.com [Datum des Zugriffs: 01.Dezember.2020])

Die Fernsehmedienabhängigkeit kann zu fehlender Bewegung und falscher Ernährung führen, was wiederum zu Übergewicht oder Untergewicht, Bluthochdruck, zu hohen Cholesterinspiegel oder Diabetes mellitus führen kann.

Weiters beeinträchtigt die Fernsehsucht die Aufmerksamkeits- und Konzentrationsfähigkeit und -spanne, durch den raschen Farbwechsel des Bildes sowie durch das Wechseln des Programmes bzw. des Senders. In weiterer Folge könnte die Beeinträchtigung der Aufmerksamkeit durch zu vieles Fernsehen bei Kindern zu ADHS führen. Außerdem kann bei Heranwachsenden eine Reizüberflutung an visuellen und auditiven Informationen, die wahrgenommen werden, entstehen. Dies kann zur Vernachlässigung andere Sinnesorgane führen, weshalb diese in der Entwicklung langsamer ausprägen, sich nicht manifestieren bzw. nicht weiterentwickelt werden. (vgl. Te Wildt 2012, S. 134f)

Der Fernsehkonsum wirkt kurzzeitig entspannend, jedoch wird auf längere Dauer beobachtet, dass es zu Müdigkeit, Trägheit, Tatenlosigkeit, Anregung etwas zu Essen, Steigerung des Gewichts und Gewissensqualen führt. Weitere negative Aspekte, die Fernsehabhängigkeit auslösen können sind Depressionen, Unsicherheit und Trübseligkeit. (vgl. Te Wildt 2012, S. 136)

Der analoge Fernseher spielt bis zum Jahr 2000 eine vorwiegende Rolle. Dies veränderte sich seitdem aber fortlaufend und der digitale Fernseher beginnt an größerer Bedeutung zu gewinnen. Die Digitalisierung des Fernsehers wirkt sich vor allem dadurch aus, dass die gesendeten Informationen gekürzt und verdichtet werden, damit ein größerer Datenbestand ausgesendet werden kann. Dies verbessert beispielsweiße die Bild- und Tonqualität und bietet neue Möglichkeiten des fernsehen an-z.B. interaktives Fernsehen. (vgl. Becker 2013, S.165ff) Ein Beispiel des interaktiven Fernsehers ist die bereits erwähnte Internetplattform Youtube, mit der durch die Digitalisierung und das Web 2.0 Videos, Filme und Serien auf Fernsehgeräten empfangen und angesehen werden kann. Es können Reaktionen wie zum Beispiel Kommentare abgebeben werden, es wird interagiert. (vgl. Becker 2013, S. 176)

Smartphoneabhängigkeit



Abbildung 5: Smartphoneabhängigkeit

In Österreich benutzen 83% der Bevölkerung ein Smartphone, wobei sich 1/3 davon ein Leben ohne Smartphone nicht mehr vorstellen kann. Ein hoher Prozentsatz von jungen Erwachsenen unter 30 Jahren mit 96% benutzt ein Smartphone. Im Tag wird das Smartphone von Österreicher und Österreicherinnen durchschnittlich 18-mal kontrolliert. Es wird nachgesehen, ob neue Mitteilungen, Anrufe oder andere News und Updates auf den Social-Media-Kanälen stattgefunden haben. (vgl. Statista 2020, Smartphone Nutzung Österreich unter URL: www.statista.com [Datum des Zugriffs: 06.Dezember.2020]) Laut einer Statistik von 2018 checken junge Erwachsene ihr Smartphone noch öfter im Tag, durchschnittlich 28 Mal. (vgl. Statista 2020, Smartphone Nutzung junge Erwachsene unter URL: www.statista.com [Datum des Zugriffs: 06.Dezember.2020]) Im Durchschnitt wird ein Smartphone 3,4 Stunden täglich benutzt. (vgl. Statista 2020, Smartphone Nutzung Stunden unter URL: www.statista.com [Datum des Zugriffs: 06.Dezember.2020]) (https://de.statista.com/statistik/daten/studie/660775/umfrage/umfrage-in-oesterreich-zur-taeglichen-nutzungsdauer-von-handys/)

Das bedeutet, dass im Alltag, das Smartphone bei vielen Menschen nicht von der Seite weicht. Es wird oft von in der früh bis zum Schlafengehen mitgeführt und verwendet. (vgl. Otto 2016 S.33)

Das Benutzen von Smartphones, vor allem im Bett vor dem Schlafengehen, kann negative Auswirkungen auf den Schlaf haben. Die Schlafenszeiten werden später, die Schlafdauer wird kürzer, Schlafstörungen, Schlaflosigkeit, verminderte Schlafqualität und verminderte Schlafeffizienz können auftreten, was zur begrenzten Tagesfunktionalität und Müdigkeit führt. Die Inhalte, die am Smartphone zu sehen sind, führen zu einer freudigen Aufgeregtheit und Spannungsgefühl, welches es natürlich erschwert einzuschlafen. (vgl. Kater/ Schlarb 2020, S.245)

Weiters kann dies zu psychischen Belastungen führen sowie Depressionen, Angstzustände, Einsamkeit, Schüchternheit, geringes Selbstwertgefühl und einer

Angst etwas zu versäumen. Die Angst etwas zu versäumen, wird auch „Fomo“ genannt, welches eine englische Abkürzung für „Fear of missing out“ ist. Fomo ist ein großes Motiv der Smartphone Nutzung. Der Smartphone-Nutzer/ die Smartphone-Nutzerin wollen das Risiko nicht eingehen etwas zu verpassen aufgrund davon, dass sie nicht online sind. Wenn sie offline sind, können virtuelle soziale Interaktionen nicht stattfinden und es kommt zum Gefühl der Exklusion. Die Sorge etwas Wichtiges zu versäumen wird groß, sobald das Smartphone zur Seite gelegt wird. (vgl. Kater/ Schlarb 2020, S.245)

Ein weiteres wichtiges Motiv der Smartphone-Nutzung ist der Druck und die Erwartungen der Gesellschaft immer erreichbar und online zu sein. Es ist nicht leicht das Smartphone auf die Seite zu legen, und sich von diesen Erwartungsdruck abzulösen. (vgl. Kater/ Schlarb 2020, S.245)

Weitere Gründe, wieso Smartphones benutzt werden, sind Informationssuche, Unterhaltung und das gesellschaftliche Prestige. Die Realität, Gedanken und Gefühle werden oft durch Spiele oder anderen Unterhaltungsapplikationen unterdrückt. Dies wird als relevanter Faktor und Anzeichen einer Smartphone-Abhängigkeit gedeutet. (vgl. Kater/ Schlarb 2020, S.245)

Symptome

Die Auswirkungen der Medienabhängigkeit können sehr vielfältig sein. Viele empfinden Freudlosigkeit im Alltag. Erlebnisse und Situationen, die sie früher erfreut haben, werden jetzt als Erschwernis angesehen. Weiters sinken das Selbstwertgefühl, die Motivation sowie die Handlungsbereitschaft. Dadurch steigern sich die Selbstzweifel und das Gefühl das eigene Leben nicht mehr unter Kontrolle zu haben. (vgl. Müller 2017, S.6f). Außerdem sinkt die Leistungsfähigkeit und es können soziale Konfliktsituationen, Schlafstörungen und finanzielle Probleme entstehen. (vgl. Müller 2017, S.21)

Die Abhängigkeit verschiebt die Prioritäten der Betroffenen und was im realen Leben wichtig war, wie z.B. Familie, Freunde, Hobbies usw., wird hinten angereiht und erscheint den Medienabhängigen nicht mehr von großer Bedeutung. Dadurch entstehen viele Probleme und Konflikte. Der Medienkonsum wird gleichgesetzt mit den Grundbedürfnissen, wie zum Beispiel Essen und Trinken. Oft werden auch die Grundbedürfnisse hintangestellt. Dies kann zu Dehydrierung führen. (vgl. Müller 2017, S.22)

Prävention

Mediensozialisation im Kindesalter

Die Digital Natives wachsen mit den Neuen Medien auf und diese gehören selbstverständlich zu ihrem Alltag. Von klein auf sind sie damit umgeben und es existieren für jedes Alter entsprechende Spiele, Fernsehsendungen usw. Dies ist nicht sofort etwas Schlechtes, denn sie können jederzeit und überall damit spielen/sich unterhalten und es bedarf keiner großen Herausforderung bzw. Grundvoraussetzung dafür. Dennoch sollten Erfahrungen im realen Leben gemacht werden, um die positiven Seiten außerhalb der virtuellen Welt kennenzulernen.

Natürlich ist es einfacher sich vor dem Computer/Fernsehen etc. zu setzen, um dort zu spielen, jedoch fehlen hierbei Erlebnisse, die durch digitale Medien nicht gemacht werden können, ein Beispiel hierfür ein Fußballspiel mit dem Teamgefühl, der

physischen Bewegung und dem Spielort. Das bedeutet nicht gleich, dass auf das digitale Unterhaltungsprogramm verzichtet werden soll, sondern lediglich das den Kindern von Beginn an vor Augen geführt werden soll, dass die reale Welt voller Erlebnisse steckt, die sie erlangen können. Auch wenn sie von dieser Welt ins Virtuelle flüchten wollen, weil es verschiedenartige Konflikte in Bereichen, wie zum Beispiel Schule, Familie, Freunde geben kann, wissen sie, dass es auch positive Seiten gibt, welche ihnen die digitale Welt nicht bieten kann. Kinder werden also nicht gleich medienabhängig, wenn sie sich mit digitalen Medien beschäftigen, sie können sich sogar daran bereichern. Es ist allerdings von Nöten, dass ein großes Beschäftigungsausmaß im realen Leben stattfindet.

Außerdem sollen Medien nicht dafür benutzt werden, um die Kinder zu belohnen, vielmehr soll es damit belohnt werden, wenn sie selbstständig den Mediengebrauch beenden, um physischen Aktivitäten nachgehen. (vgl. Müller 2017, S.36ff)

Reduzierung des Medienkonsums

Wie bei anderen Verhaltenssüchten fällt die Wahl, ob es gerade sinnhaft ist das Medium zu nutzen aus und ist nicht mehr kontrollierbar, es passiert automatisch. Dadurch ist es schwierig, das Suchtverhalten zu reduzieren. Die Betroffenen haben auch eine andere Zeitwahrnehmung. Sie haben während dem Mediengebrauch kein Zeitgefühl mehr und ihnen ist nicht bewusst, wieviel Zeit sie mit dem Medienkonsum verbringen. Das bedeutet, dass den Betroffenen die Kompetenz fehlt den Mediengebrauch selbstständig zu regulieren. Es wird deshalb geraten schon präventiv darauf zu achten Pausen einzulegen, wenn Medien konsumiert werden. Außerdem ist es fördernd positive Erkenntnisse von Beginn an in der realen Welt wahrzunehmen und sich vor Augen führen, damit diese in der virtuellen Welt nicht in Vergessenheit geraten. (vgl. Müller 2017, S.21)

Positive Seiten der Medien

Es hat nicht jede/r die gleichen Chancen auf den Internetzugang, jedoch steigt auch der Zuwachs der Nutzung in dem Milieu, welches internetferner ist. In der Gesellschaft ist es eine Unverzichtbarkeit. Die Medien bieten eine enorme Auswahl an verschiedenen Anwendungsoptionen. (vgl. Klein 2010, S.165)

Medien sollten für Hilfstätigkeiten und zur Unterstützung im alltäglichen Leben sein. Menschen sollen von diesen Hilfsmitteln profitieren und sie sollen unterstützend wirken. (vgl. Müller 2017, S.35)

Zum Beispiel bietet das Internet einen Ort, an dem Wissen und Informationen angeeignet werden können. Weiters können sich Menschen mit Hilfe des Internets austauschen, den Kontakt beibehalten und soziale Bezüge können hergestellt werden. Menschen können sich mit anderen Menschen auf der ganzen Welt zu bestimmten Themen austauschen. Informationen im Internet sind jederzeit und überall erhältlich, es muss nicht zuerst ein bestimmter Ort wie zum Beispiel eine Bibliothek aufgesucht werden, um etwas das nachzuschlagen. Weiteres können Online-Learning Plattformen genutzt werden. Das Lernen kann durch den Peer-to-Peer Arbeitsansatz stattfinden oder durch Unterricht mit einem Lehrenden und Lernende in Online-Kursen. Die Kommunikation folgt dabei online über Videotelefonate und teilweiße in Chatrooms. (vgl. Kerres/Hölterhofer/Rehm 2017, S.141ff)

Wie bereits im Kapitel „Medien im Alltag-Beziehungen“ erwähnt, haben digitale Medien Auswirkung auf die Kommunikation und Interaktion zwischen zwei Menschen. Es kann sich jedoch auch positiv auswirken, durch Online-Kommunikationen können Beziehungen intensiviert oder sogar neue Beziehungen geknüpft werden. (vgl. Domahidi 2016 S. 21)

Medienbildung

In den Schulen wird durch die erhöhte Technologisierung der Gesellschaft das Unterrichtsfach „Informatik“ angeboten. Würde das Bildungsangebot die Digitalisierung im Unterricht komplett außer Acht lassen, würde ein relevanter Bestandteil des alltäglichen Lebens komplett vernachlässigt werden. Auch der Alltag in den Schulen werden mit digitalen Medien ausgestattet wie zum Beispiel Laptops oder Tablets. Laut Zierer können digitale Medien im Unterreicht eine positive Auswirkung auf den Lernerfolg haben. (vgl. Zierer 2020, S.375) Es sollte jedoch immer das Individuum und seine / ihre Bedürfnisse im Vordergrund vor den digitalen Medien stehen. (vgl. Zierer 2020, S.378) „Pädagogik vor Technik, muss es heißen.“ (Zierer 2020, S.378)

Therapie Medienabhängigkeit

Die Art der Therapie hängt davon ab, welche Mediensucht behandelt wird. Das zum Beispiel der Computer oder das Internet überhaupt nicht mehr benutzt wird ist eher unrealistisch. Es sollte gegen den spezifischen Grund der Internetsucht therapiert werden. Ein Beispiel dafür wäre die Online-Spielsucht. Durch die Verhaltensanalyse soll herausgefunden werden, was genau an dieser Abhängigkeit das Glücksgefühl bzw. das Belohnungssystem im Gehirn auslöst. Wenn der Zusammenhang geklärt wurde, sollte eine Veränderung des Prozesses der Verhaltensgewohnheit stattfinden. Dies sollte mit Hilfe von positiven Ereignissen in der realen Welt aufgezeigt werden. Die Realität sollte anziehender und mit vielversprechenden Eindrücken erlebt werden. Vor allem sind Bewegungstätigkeiten wie Sport und soziale Interaktionen von großer Bedeutung, um die positiven Seiten der Realität erneut wahrnehmen zu können. (vgl. Te Wildt 2012, S. 145)

Die Kontaktaufnahme zu Therapieeinrichtungen können für das erste Setting oder den ersten Kontakt über das Internet entstehen zum Beispiel über Videotelefonat. Somit fällt den Klienten und Klientinnen das erste Kennenlernen leichter, da sie nicht sofort aus ihrer gewohnten Umgebung und ihren Verhaltensweisen ausbrechen müssen. Jedoch sollten weitere Therapiestunden in der realen Welt stattfinden. Dazu ist eine passende Atmosphäre wichtig, in der sich die Menschen, die sich aufgrund ihrer Medienabhängigkeit, Hilfe holen, wohlfühlen können. Dies ist der erste Schritt, um die Umwelt außerhalb der virtuellen Welt wieder kennenzulernen. Durch den Kontakt mit den Therapeuten/ der Therapeutin oder durch Gruppensetting ist der Kontakt von Menschen außerhalb der medialen Welt gegeben. Die therapeutischen Methoden hängen von den Medienabhängigen ab und können von Bewegungstherapie über Entspannungstherapie bis hin zu Ernährungstherapie reichen. Oft steht der eigene Körper im Mittelpunkt, um herauszufinden, wie man sich selbst und seinen Körper wahrnimmt, um wieder ein positives Gefühl für sich selbst und seinen Körper zu finden. Meistens finden Therapien für Medienabhängige ambulant statt, wobei es auch vereinzelnde Therapieeinrichtungen gibt, die stationäre Behandlungen anbieten. Auch für Angehörige der Medienabhängigen wird Hilfe angeboten, vor allem durch Selbsthilfegruppen oder Einzelsettings. (vgl. Te Wildt 2012, S. 148)

Ist das psychische Leiden sehr groß, wäre es sogar möglich Psychopharmaka wie Antidepressiva oder beruhigende Medikamente wie Schlafmittel zu verordnen. (vgl. Te Wildt 2012, S. 145)

Die Wirkung der Therapien für Medienabhängige wird weiterhin erforscht, um ihnen bestmögliche Behandlungen und Beratungen anbieten, weiterentwickeln, erforschen und verstehen zu können. (vgl. Te Wildt 2012, S. 148)

Beispiel Therapieeinrichtung

Ein Beispiel für Mediensüchtige, um sich Hilfe zu holen wäre die „Therapie- und Beratungsstelle für Mediensucht“ der Sigmund Freud Privatuniversität Wien. Diese bietet Psychotherapie für Betroffene, Beratung für Angehörige der Medienabhängigen, Gruppentherapie Settings, freizeitpädagogische sowie erlebnispädagogische Angebote. Diese sollen angepasst auf das Individuum und seine / ihre Suchtmerkmale sein sowie auf dessen Angehörige individuell eingehen. (vgl. Sigmund Freud Privatuniversität Wien 2016, unter URL: https://ambulanz.sfu.ac.at [Datum des Zugriffs: 02.12.2020])

EMPIRISCHER TEIL

Im empirischen Teil werden die theoretischen Aspekte dieser Masterarbeit praktisch erforscht. Es wird die Methode kurz vorgestellt und die empirischen Erkenntnisse dargestellt.

Forschungsmethode

Die gewählte Forschungsmethode, die für diese Masterarbeit als am besten passend erachtet wurde, ist eine qualitative Erhebung. Um die Forschungsfrage „Wie wirkt sich digitale Medienabhängigkeit auf den Alltag von jungen Erwachsenen aus?“ wissenschaftlich zu erörtern, wurde die Forschungsmethode der „Fokusgruppe“ ausgewählt.

Erhebungsmethode Fokusgruppe

Diese Methode lässt rasch mehrere Personen zur gleichen Zeit interviewen. Es wird eine gewisse Thematik gewählt, über das diskutiert werden sollte. Dabei werden verschiedene Meinungen und Ansichten gesammelt. Sinn ist, nicht alle Teilnehmenden von denselben Perspektiven zu überzeugen, sondern eine Diversität dieser zusammenzutragen. Die Thematiken können unterschiedlich sein und werden im Vorfeld ausgewählt. Die Teilnehmenden könnten mit einem Input angeregt werden wie z.B. einem Video. Der Moderator/ die Moderatorin leitet die Diskussion mithilfe von Fragen. (vgl. Schulz 2012, S.9f)

Leitfadeninterview

Auch in dieser Masterarbeit wird die Fokusgruppe mit Unterstützung eines Leitfadeninterviews angeleitet. Leitfadeninterviews gehören zu den qualitativen Forschungsmethoden. Sie zeichnen sich damit aus, dass schon vorab des Interviews ein Aufbau und Fragen erstellt werden. Jedoch ist das Leitfadeninterview durch Flexibilität gekennzeichnet und kann während der Befragung an die Diskussion angepasst und in die Richtung gelenkt werden, die für das Interview relevant sind. Es

kann bei Thematiken impliziter nachgefragt werden, welche eine große Wichtigkeit für den Interviewer darstellen. Die zuvor erstellten Fragen sollen sehr offen formuliert werden, damit während der Befragung weiter ins Detail gegangen werden kann. Das Leitfadeninterview dient als Anhaltspunkt und Führungshilfe. (vgl. Mayer 2013, S.37f)

Erhebung

Durch Verordnungen auf Grund der Covid-19 Pandemie kann zur Zeit der Erhebung kein persönliches Treffen mit mehreren Haushalten stattfinden. Deshalb wurde entschlossen die Fokusgruppe anhand einer Videokonferenz zu befragen. Das dazu geeignete Tool, dass verwendet wurde nennt sich Zoom. Da das Thema der Erhebung die digitale Medienabhängigkeit von jungen Erwachsenen ist, ist es umso passender, dass die Erhebung auf einem digitalen Medium stattfinden musste.



Abbildung 6: Videokonferenz

Es wurden insgesamt 7 junge Erwachsene zu der Thematik der digitalen Medienabhängigkeit im Alltag befragt. Es gibt viele unterschiedliche Definitionen wann Menschen als junge Erwachsene gelten. Für diese Masterarbeit wurde die Definition von Kreddig und Karimi aus der Entwicklungspsychologie hergenommen:

„Das junge Erwachsenenalter beginnt etwa zwischen dem 18.-21. Lebensjahr und endet ungefähr mit dem 35.-40. Lebensjahr“ (Kreddig / Karimi 2013, S. 161)

Die befragten der Fokusgruppe waren zwischen 24 und 29 Jahre alt und befinden sich somit im jungen Erwachsenenalter. Es nahmen ein junger Mann sowie 6 junge Frauen an der Fokusgruppe teil.

Der Zugang zu den Probanden und Probandinnen wurde durch das Zufallsprinzip aus dem eigenen Bekanntenkreis gewählt. Damit ein umfangreicher Einblick in verschiedene Perspektiven der jungen Erwachsenen bezüglich digitaler

Medienabhängigkeit gegeben werden konnte, wurden die Teilnehmenden aus unterschiedlichen Wohnorten, mit verschiedenen Berufs- und Ausbildungswegen, diverse Bildungsabschlüsse und vor allem andersartigen Medienverhalten ausgewählt.

Organisation der Erhebung

Der Termin für die Erhebung wurde über eine andere, ebenso, digitale Dienstleistung ausgewählt. Das soziale Medium für die Organisation nennt sich „Whatsapp“. Es wurde eine Gruppe mit einigen Personen erstellt und per Chat nachgefragt wer bereit wäre einer Fokusgruppe beizutreten und über das Thema der digitalen Medienabhängigkeit bei jungen Erwachsenen zu sprechen. Daraufhin willigten alle 9 Personen, die sich in der Gruppe befanden, ein. Als nächsten Schritt wurden einige Termine mit verschiedenen Zeiten vorgeschlagen, woraufhin sich die verschiedenen Persönlichkeiten auf den 10. April. 2021 um 17:00 einigten. Leider konnten zwei der 9 Personen in der Gruppe aufgrund von persönlichen Gründen doch nicht teilnehmen. Die Fokusgruppe fand zu dem gewählten Datum statt und wurde in Deutsch mit österreichischem Dialekt mit Hilfe des vorher erstellten Leitfadens durchgeführt. Die Erhebung dauerte insgesamt 50 Minuten.

Standardisierte Kurzerhebungsbögen

Die Standardisierten Kurzerhebungsbögen werden dazu verwendet, damit ein Überblick der interviewten Personen gegeben werden kann. Es wurden alle Namen geändert, um eine Anonymisierung gewährleisten zu können.

Interviewpartnerin Christina

Name: Christina (Name wurde geändert)

Geschlecht: weiblich

Alter: 29 Jahre alt

Nutzung der Medien:

Meinung Medienabhängigkeit: Glaubt, dass es nicht möglich sei ohne digitales Medium auszukommen, da Menschen im Alltag daran gewöhnt sind.

Interviewpartnerin Viktoria

Name: Viktoria (Name wurde geändert)

Geschlecht: weiblich

Alter: 28 Jahre alt

Nutzung der Medien:

Meinung Medienabhängigkeit: Ist der Meinung, dass heutzutage alle Menschen Medienabhängig sind. Sie ist teilweise von den digitalen Medien genervt.

Interviewpartnerin Michaela

Name: Michaela (Name wurde geändert)

Geschlecht: weiblich

Alter: 24 Jahre alt

Meinung Medienabhängigkeit: Glaubt, dass alle medienabhängig sind und dass, wenn das Handy zur Seite gelegt wird, die Gedanken weiterhin, darum kreisen.

Interviewpartnerin David

Name: David (Name wurde geändert)

Geschlecht: männlich

Alter: 23 Jahre alt

Meinung Medienabhängigkeit: Glaubt, dass alle Menschen in gewisser Weise medienabhängig sind

Interviewpartnerin Diana

Name: Diana (Name wurde geändert)

Geschlecht: weiblich

Alter: 27 Jahre alt

Meinung Medienabhängigkeit: Gibt an, selbst medienabhängig zu sein, weil sie sich von Social Media Kanälen nicht deaktiviert lässt, da sie befürchte etwas verpassen zu können

Interviewpartnerin Pia

Name: Pia (Name wurde geändert**)**

Geschlecht: weiblich

Alter: 24 Jahre alt

Meinung Medienabhängigkeit: Wenn Ablenkung vorliegt, fällt es leicht, digitale Medien nicht zu nutzen.

Interviewpartnerin Jennifer

Name: Jennifer (Name wurde geändert**)**

Geschlecht: weiblich

Alter: 23 Jahre

Meinung Medienabhängigkeit: Kann sich ein Leben ohne Handy nicht vorstellen, da sie mit digitalen Medien auch in der Freizeit arbeitet.

Auswertung: Grounded Theory

Die Auswertungsmethode, die für diese Masterarbeit als passendste erachtet wurde, ist die Grounded Theory. Die Grounded Theory kann als Auswertungsmethode bei qualitativen Forschungen angewendet werden. Da für die Erhebung das Leitfadeninterview verwendet wurde, eignet sich die Grounded Theory für diese Masterarbeit als Auswertung.

Kategorie	**Definition**
Kategorie 1: Bekannte digitale Medien	Formen der verschiedenen digitalen Medien z.B. Smartphone, Computer, Tablet usw.
Kategorie 2: Genutzte Digitale Medien	Arten von digitalen Medien die verwendet werden
Kategorie 3: Reize/Motive der Nutzung	Der Grund/die Gründe, wieso digitale Medien in Verwendung sind
Kategorie 4: Nutzung als Kind, Veränderung der Mediennutzung	Mediennutzung bereits im Kindsalter, Start der Mediennutzung, durch die Zeit veränderte Mediennutzung
Kategorie 5: Ablenkung der Medien im Alltag	Digitale Medien als Ablenkung; Störfaktor im Alltag, Situationen bei denen digitale Medien negativ auf den Alltag wirken
Kategorie 6: Rituale/Gewohnheiten der Mediennutzung	Im Alltag integrierte Angewohnheiten; immer wieder kehrende Mediennutzung
Kategorie 7: Nutzung digitaler Medien vorm Schlafengehen	Mediennutzung vor dem Schlafengehen z.B. Scrollen von Social Media Kanälen
Kategorie 8: Meinung über die eigene Mediensucht/ Medienabhängigkeit	Reflexion des eignen Mediengebrauch; Ansichten und Perspektiven der persönlichen Medienabhängigkeit/ Mediensucht

Kategorie 9: Reflexion des Medienverhaltens/ Bewusste und unbewusste Mediennutzung	Erkenntnisse über das eigene Medienverhalten, Bewusstwerdung der Medienabhängigkeit, Stunden der Mediennutzung, Bewusste oder unbewusste Einteilung der Zeit mit oder ohne Medien im Alltag, Gründe der Zeit ohne den Gebrauch von digitalen Medien
Kategorie 11: Urlaub ohne digitalen Medien	Beschreibung der Urlaubserfahrungen, in dem digitale Medien nicht genutzt werden (konnten)
Kategorie 12: Vorteile digitale Medien	Positive Seiten der Nutzung von digitalen Medien werden aufgezeigt
Kategorie 13: Fazit nach der Fokusgruppe	Reflexion des Gesprächs, vorgenommene Veränderungen bzw. Bewahrung des Medienverhaltens und Bewusstwerdung über digitale Medien

Kategorie 1: Bekannte digitale Medien

In der ersten Kategorie werden alle digitalen Medien zusammengefasst, die von den Interviewten erwähnt wurden.

In der Fokusgruppe lag zuerst ein Irrtum vor und die Probanden und Probandinnen glaubten, dass digitale Medien soziale Medien seien. Sie zählten vorerst soziale Medien auf, bis jemand einwarf, ob digitale Medien nicht etwas anderes seien. Daraufhin wurden die bekanntesten digitalen Medien aufgezählt. In dieser Fokusgruppe wurden als digitale Medien zuerst folgende erwähnt:

- Handy
- Tablet
- Computer

Weiteres wurden Massenmedien aufgezählt, welche jedoch im Laufe des Gespräches als digitale Medien aufgefasst wurden:

- Fernseher (gemeint wurde digitales Fernsehen)
- Radio (gemeint wurde digitales Radio z.B. übers Smartphone)

Im späteren Laufe des Gesprächs kamen noch weitere digitale Medien auf:

- Smartwatch
- Spielkonsolen mit Internetzugang

Kategorie 2: Genutzte Digitale Medien

Die zweite Kategorie umfasst alle digitalen Medien, die von den Teilnehmern und Teilnehmerinnen der Fokusgruppe verwendet werden. Sie sind sich vorwiegend einig, indem sie einer Probandin zustimmen, die angibt, dass sie alle eben genannten digitalen Medien verwenden. Zwei der Interviewten stimmen zu, geben jedoch an, dass sie alle bereits genannten Medien nutzen, mit Ausnahme des Tablets, da sie keines besitzen.

Vergleich mit der Theorie

In der Theorie wurde aufgezeigt, dass 98% der Haushalte in Österreich einen Fernseher besitzen und 96% der jungen Erwachsenen in Österreich ein Smartphone benutzen. (vgl. Statista 2020, Smartphone Nutzung Österreich unter URL: www.statista.com [Datum des Zugriffs: 06.Dezember.2020])&(vgl. Statista 2020, Haushaltsausstattung unter URL: www.statista.com [Datum des Zugriffs: 01.Dezember.2020]) Im empirischen Teil wird dies in der Fokusgruppe bestätigt. Alle der Teilnehmenden besitzen ein Fernsehgerät sowie ein Smartphone und nutzen diese auch. Der Durchschnitt der Smartphone Nutzung liegt bei 3,4 Stunden. Während dem Gespräch der Fokusgruppe wird dies von einigen Probandinnen bestätigt, so hat zum Beispiel Diana eine Bildschirmnutzungszeit von 4 Stunden. (vgl. Probandin Diana)

Kategorie 3: Reize/Motive der Nutzung

Bei dieser Kategorie waren sich alle Beteiligten der Fokusgruppe einig. Die Motive und Reize der Nutzung von Medien wurden aufgezählt. An erster Stelle auf die Frage hin, welche Motive und Reize es für die Mediennutzung gibt, kam sofort die Antwort: soziales Netzwerk. Diese Antwort wird im späteren Verlauf des Gesprächs erneut immer wieder wiederholt. Weitere Motive, die aufgezählt wurden, waren:

- Unterhaltung/Entertainment wie zum Beispiel Musik hören
- Einholen von Informationen
- Nutzung des Weckers
- Erreichbarkeit
- Schreiben von Seminararbeiten
- Für die Arbeit

Auch hier kristallisieren sich weitere Motive im Laufe des Gespräches heraus. Einige der Befragten nutzen das Internet oder Spielkonsolen für Online-Gaming. Das Fernsehen, Filme schauen und „Netflixen“ wird auch häufiger erwähnt. „Netflixen“ bedeutet verschiedene Filme und Serien zu streamen über den Anbieter Netflix. (vgl. Duden 2021, unter URL: https://www.duden.de [Datum des Zugriffs: 11.10.2021]). Weitere solcher Streamingdienste wären Amazon Prime, Disney+, Maxdome usw. (vgl. Klicksafe Streamingdienste unter URL: www.klicksafe.de [Datum des Zugriffs: 11.10.2021]) Ein weiterer wichtiger Punkt, warum digitale Medien von den teilnehmenden Personen genutzt werden, wenn sie nicht in Gesellschaft sind, ist es sich nicht allein und einsam zu fühlen. (vgl. mehrere Teilnehmende der Fokusgruppe)

Vergleich mit der Theorie

Es wurden in der Theorie die gleichen Motive bereits aufgezählt, die nun auch von den Beteiligten der Fokusgruppe genannt wurden. Vor allem der Aspekt der Unterhaltung wird im theoretischen sowie im praktischen Teil als ein sehr wichtiger Grund angeführt, wieso digitale Medien genutzt werden. Einige Motive wurden von den Teilnehmenden nicht sofort genannt, jedoch wird im Laufe des Gespräches sichtbar, dass sie auch diese Motive der Mediennutzung haben. Das Motiv die Wartezeiten zu verkürzen, (vgl. Röll 2010, S.28) wird im Gespräch dadurch ersichtlich, dass eine der Teilnehmenden angibt, dass sie während sie auf die U-Bahn/ den Bus wartet selbst das Handy benutzt, sowie auch alle anderen Menschen, um sie herum. (vgl. Probandin Viktoria). Ein weiterer Reiz digitale Medien zu verwenden, der sowohl in der Theorie als auch im praktischen Teil immer wieder aufkommt, ist der Austausch mit anderen Menschen sowie das soziale Zusammensein. (vgl. Röll 2010, S.28) Die Motive der zwischenmenschlichen Interaktionen, Kommunikation, Leute auf der ganzen Welt kennenlernen, in Kontakt bleiben und Informationen zu erhalten werden sowohl im theoretischen als auch im

praktischen Teil dieser Arbeit als sehr wichtig erörtert. (vgl. Sutter 2010, S. 49) (vgl. Probandinnen und Probanden der Fokusgruppe)
Es ist ersichtlich, dass die Reize und Motive der Nutzung von digitalen Medien im theoretischen sowie im empirischen Teil der Arbeit übereinstimmen und dieselben Aspekte wiedergeben.

Kategorie 4: Nutzung als Kind, Veränderung der Mediennutzung

Alle der teilnehmenden Personen verwendeten digitale Medien bereits in ihrer Kindheit. Es wird jedoch darüber gesprochen, dass die digitalen Medien früher „anders“ (vgl. Probandinnen der Fokusgruppe) und weniger verwendet wurden als heutzutage. Ein paar Beispiele der Aussagen über die veränderte Nutzung von früher:

„…host dei erstes Handy gregt, host anfoch dei Musik aufgnommen, weils polyphonen Klinglton ghobt hot und so ane Sochn, oder was i nit, telefonieren onfongen, SMS schreiben, oba holt in onderen Format.“ (Probandin Michaela)

„Und früher hat man halt a so irgendwie a Medium nachn anderen genutzt. Man hot jetzt wahrscheinlich nit fernsehn gschaut und Radio ghuacht gleichzeitig, oba jetzan kommts donn schon oft vua dos i zum Beispiel a Serie schau oder an Fülm schau und dann gleichzeitig am Handy was nit Facebook oder Instagram durchscroll oder ane Spiele spiel neben netflixen.“ (Probandin Diana)

In diesem Zusammenhang wurde auch darüber gesprochen, dass das Handy keinen Internetzugang gehabt hat und dass wenn der Sitzplatz am Standcomputer verlassen wurde und eine Probandin z.B. zu Bett ging auch „*weg von olle“(Probandin Michaela)* war. *„Do host nimmer im Internet schaun kennen. Des, des is schon onders jetzt mitn Handy, vor ollem das Handy find i nämlich“ (Probandin Michaela)*

Vergleich mit der Theorie

Es wird in dieser Kategorie ebenso ersichtlich, dass sich die Nutzung digitaler Medien mit dem Lauf der Zeit veränderten. Sie werden anderswertig genutzt, durch ständige Weiterentwicklung und Neugestaltungen. Dadurch gibt es auch für junge Erwachsene neue Gestaltungsmöglichkeiten und Perspektiven, die sie, wie hier beschrieben, in ihrer Kindheit anders wahrgenommen haben. Die neuen Medienformate können, wie zum Beispiel mit dem Smartphone, mit vielfältigen Funktionen und Handlungsmöglichkeiten genutzt werden. (vgl. Fromme 2015, S.438ff) Diese waren wie für die befragten jungen Erwachsenen in ihrer Kindheit noch nicht so breitgefächert, wodurch sie ihre Handys anderwärtig nutzten.

Kategorie 5: Ablenkung der Medien im Alltag

Wie bereits erörtert haben die Probanden und Probandinnen einen Alltag der geprägt von digitalen Medien ist. Diese werden von ihnen jedoch auch als „nervig“ (Probanden Jennifer, Diana, Michaela) wahrgenommen. Es wird angegeben, dass vor allem Gespräche des Öfteren durch den Blick auf das Handy unterbrochen werden. Einige der teilnehmenden Personen der Fokusgruppe schalten deshalb bewusst Benachrichtigungen aus (siehe Kategorie 10: Bewusste Einteilung der Mediennutzung). Die Befragten stellen im Alltag Situationen fest, in denen sie selbst von Medien abgelenkt werden oder auch gegenüberliegende Personen, mit denen sie in Interaktion stehen von Medien abgelenkt werden oder die Interaktion wie beispielsweiße eine Kommunikation unterbrochen wird oder gar nicht erst stattfindet. So erzählt zum Beispiel Jennifer, dass sie, wenn sie aufs Handy schaut, nicht hört das ihr Freund mit ihr spricht oder Michaela, dass Personen nur noch mit „Aha, aso, mhm, jo“ antworten, weil sie während dem Gespräch nicht mehr zuhören, durch den Blick auf das Handy. (vgl. Probandin Jennifer und Michaela)

Pia beschreibt eine Ablenkung im Alltag wie folgt:

„Oba es is anfoch so a, so a[Nachdenkpause] ka Ahnung Reflex oder i was nit oder is die Neugierde dann so groß oder schaut man obs wos Wichtiges is oder obs derjenige is von dem man will dos er schreibt oder so, keine Ahnung und deswegen schaut man donn holt glei kurz, mir follt dos a immer erst im Nochhinein auf, so maa jz hob i des Gespräch voll

irgendwie unterbrochn, obwohls eh intressant wor oba es is so a Reflex, dos man es glei nimmt, deswegen hob i es jetz a immer auf lautlos, oba donn schaut man jo erst Recht immer hin: Hot ma wer gschriebn?“ (Probandin Pia)

Es wird von also eher als negativ und störend empfunden, wenn die Personen mit denen interagiert wird währenddessen digitale Medien verwenden. Die Kommunikation wird unterbrochen. Teilweise fühlen sich die Probandinnen so, als ob die Benachrichtigungen der digitalen Medien wichtiger oder interessanter seien als die persönliche Interaktion.

Vergleich mit der Theorie

Die Dokumentation „Das Dilemma mit den sozialen Medien“ greift einen Hauptaspekt der Thematik der Medienabhängigkeit auf. Es wird von Experten und Expertinnen erklärt, dass es Ziel von Unternehmen in der digitalen Medienbranche ist, dass Benutzer und Benutzerinnen immer wieder auf digitale Medien zugreifen und sie weiter benutzen. Dadurch wird den Unternehmen Geld eingebracht. (vgl. Harris in Das Dilemma mit den Sozialen Medien 2020) Dafür werden individuelle Algorithmen erstellt, um die Benutzer und Benutzerinnen in ihrer Mediennutzung zurückzuholen und diese zu steigern. (vgl. Seibert in Das Dilemma mit den Sozialen Medien 2020) Genau das spiegelte sich im praktischen Teil wider. Die Probanden und Probandinnen berichten, dass die Neugierde oder gar ein „Reflex“(Probandin Pia) sie immer wieder dazu lockt, das Handy wieder in die Hand zu nehmen, um zu sehen was es Neues gibt. Es wird ihr Verhalten unterbewusst manipuliert und Aktionen hervorgerufen, die die Aktivitäten steigern. (vgl. Lanier und Palihapitiya in Das Dilemma mit den sozialen Medien) Dieses Verhalten der Probanden und Probandinnen wird auch in der Kategorie 9. „Reflexion des Medienverhaltens/Bewusste und unbewusste Mediennutzung“ deutlich.

Durch verschiedene Äußerungen der Fokusgruppe ist erkennbar, dass reale soziale Beziehungen vernachlässigt werden und Interaktionen wie Kommunikation verringert und vernachlässigt wird. Dies ist laut Kimberly Young 1998 ein Zeichen der Medienabhängigkeit. Die Cyberbeziehungen können dadurch wichtiger werden als reale Beziehungen. (vgl. Young in Addiction Center 2020, unter URL: www.addictioncenter.com [Datum des Zugriffs: 21.06.2020]) Dadurch entstehen Probleme und Konflikte im realen Leben mit zum Beispiel mit Freunden und Familie.

Die Priorität liegt vermehrt bei den Online-Beziehungen, die durch den Medienkonsum aufrechterhalten werden. (vgl. Müller 2017, S.22)

Die Probandinnen und Probanden geben an, bewusst das Smartphone wegzulegen oder Benachrichtigungen auszuschalten, jedoch greifen sie wieder unkontrolliert zum Handy. Das ist ein typisches Merkmal einer Verhaltenssucht, die Handlungen finden automatisch statt. (vgl. Müller 2017, S.21)

Kategorie 6: Rituale/Gewohnheiten der Mediennutzung

Bei den Beteiligten der Fokusgruppe werden viele Gewohnheiten und Rituale während dem Gespräch ersichtlich. Bei vielen beginnt es früh morgens mit dem digitalen Wecker und dann geht es weiter mit dem ersten Blick auf das Smartphone, um den Wecker auszustellen und nachzusehen, ob neue Nachrichten oder Benachrichtigungen eingelangt sind. Während des Tages unterscheiden die Teilnehmenden zwischen einen Arbeitstag und einen freien Tag. Sie geben an, dass sie an einem freien Tag die digitalen Medien mehr nutzen. Jedoch wird auch an einem Arbeitstag schon am Weg zur Arbeit Spotify genutzt. Spotify ist ein Musikanbieter, der das Streamen von Musik ermöglicht. (vgl. Duden 2021, unter URL: https://www.duden.de [Datum des Zugriffs: 12.10.2021]). Es werden verschiedene Gewohnheiten angegeben wie zum Beispiel der digitale Wecker in der Früh, das tägliche Serien schauen um eine gewisse Uhrzeit, das Musikhören über den Streamingdienst Spotify im Auto, das Tätigen von Anrufen in der Arbeit, das Arbeiten am Computer für das Studium und vor allem das mehrmalige Verwenden des Smartphones im Laufe des Alltags.

Vergleich mit der Theorie

In dieser Kategorie kann erfasst werden, dass Gewohnheiten und Rituale der Mediennutzung bei vielen jungen Erwachsenen vorhanden sind und im Alltag integriert sind. Laut Süss /Lampert/Wijnen wäre es von Vorteil, diese zu erörtern und zu hinterfragen, um herauszufinden wieso diese Gewohnheiten vorhanden sind und welche Rolle sie für die jungen Erwachsenen spielen. Es ist jedoch nicht von Nöten, die Mediennutzung abzustellen, diese sollte nur ergründet werden. (vgl. Süss /Lampert/Wijnen 2010, S. 96f)

Kategorie 7: Nutzung digitaler Medien vorm Schlafengehen

Die Nutzung von digitalen Medien vor dem Schlafengehen variiert bei den Probanden und Probandinnen. Manche sagen aus, dass sie natürlich vor dem Schlafengehen das Handy oder den Fernseher benutzen. Andere wiederum geben an, dass sie das bewusst nicht tun, weil sie sagen, dass sie wissen das es schlecht sei. Hierzu ein paar Aussagen:

„Also i benutz es definitiv vorm schlafen gehen a noch." (Proband David)

„Also i versuch am Obnd bewusst des Handy nit zu verwenden vorm schlafen gehen" (Probandin Viktoria)

„….des is a anderer Schlof [spricht über die Benützung vom Handy vor dem Schlafengehen]" (Probandin Michaela)

Zwei Probandinnen diskutieren darüber, dass es nicht gut sei vor dem Einschlafen das Handy zu verwenden. Sie haben dazu den gleichen Post in soziale Medien gesehen, der ihnen dies bestätigt:

„I hob grod erst vor 2-3 Tog irgendso an Post glesn, dass es eigentlich voll schlecht is wenn man vuam schlofen gehen das Handy verwendet." (Probandin Viktoria)

„Des hab i a glesen und das man später einschlofn konn, weil durch des Licht wird ähm, wird man später müde…" (Probandin Michaela)

Der Proband David und Probandin Viktoria einigen sich darauf, dass Menschen Gewohnheitstiere sind und sich schnell auf Rituale gewöhnt werden wie z.B. die Nutzung oder bewusste Nicht-Nutzung der digitalen Medien vorm Schlafengehen.

Vergleich mit der Theorie

Wie bereits in der Theorie beschrieben, werden digitale Medien mit Bedacht in der Wohnung/ im Haus platziert mit der Absicht sie im Alltag zu integrieren oder separat in einem Raum, der nicht als Gemeinschaftsraum dient, um einen Rückzugsort zu schaffen. (vgl. Röserl/Peil 2020, S.220-242) Dies wird auch während der Fokusgruppe angesprochen. Die Probandin Jennifer und ihr Freund haben den Fernseher bewusst nicht im Schlafzimmer platziert, damit sie vor dem Schlafengehen nicht mehr fernsehen und einen ruhigeren Schlaf haben, jedoch benutzen nun beide das Smartphone vor dem Schlafengehen anstelle des Fernsehers. (vgl. Probandin

Jennifer) Es wurden bereits die negativen Aspekte der Nutzung von digitalen Medien vor dem Schlafengehen erwähnt: Schlafenszeiten werden später, die Schlafdauer wird kürzer, Schlafstörungen, Schlaflosigkeit, verminderte Schlafqualität und verminderte Schlafeffizienz können auftreten, die sich dann auf die Tagesfunktionalität und Müdigkeit des nächsten Tages auswirken. (vgl. Kater/Schlarb 2020, S.245) Einigen Probandinnen sind die negativen Auswirkungen der Benutzung von digitalen Medien vor dem Schlafengehen bewusst und sie achten deshalb auf die Nicht-Verwendung der digitalen Medien. Andere Teilnehmer geben an, dass sie digitale Medien vor dem Schlafengehen benutzen. (vgl. Probanden/Probandinnen der Fokusgruppe)

Kategorie 8: Meinung über die eigene Mediensucht/ Medienabhängigkeit

In dieser Kategorie wurde das Thema der eigenen Mediensucht beziehungsweise der eigenen Medienabhängigkeit besprochen. Die Probanden und Probandinnen dachten über das persönliche Medienverhalten nach. Zu dieser Kategorie hatten alle Teilnehmenden der Fokusgruppe etwas beizutragen. Es gab zwischen zwei Probandinnen einen kleinen Meinungsaustausch, der mit Hilfe einer Tabelle in dieser Kategorie übersichtlich dargestellt wird.

Die Teilnehmerin der Fokusgruppe Viktoria gibt an, dass sie glaubt, dass heutzutage alle Medienabhängig seien. Sie denkt darüber nach, was in der Zeit war, bevor es ein Handy gab und kam zu dem Entschluss, dass sie digitale Medien nerven, aber dass es kein Zurück mehr gibt. (vgl. Probandin Viktoria)

Proband David hat die Einstellung, dass alle Menschen in einer gewissen Weise medienabhängig sind. (vgl. Proband David) Auch Probandin Diana stimmt nach kurzer Überlegung zu, dass auch sie medienabhängig ist, da sie sich immer wieder von Social Media Kanälen deaktiviert, diese jedoch wieder aktiviert, da sie befürchte etwas verpassen zu können. (vgl. Probandin Diana) Probandin Jennifer gibt ebenso an, dass sie es sich ohne Handy nicht vorstellen könnte, da sie mit dem Handy auch in der Freizeit arbeitet. (vgl. Probandin Jennifer) Die Teilnehmende Christina und

Diana sind ebenso der Meinung, dass es nicht möglich ist, den Alltag, der von Medien geprägt ist, ohne digitales Medium zu verbringen. (vgl. Probandin Christina und Diana)

Daraus lasst sich schließen, dass sich alle Beteiligten einig sind, dass sie selbst medienabhängig sind.

Meinungsaustausch zwischen zwei Probandinnen

Es gab eine Kontroverse zwischen Probandin Pia und Probandin Michaela:

Die an der Fokusgruppe Beteiligte Pia stimmt dem auch zu, dass sie Medienabhängig sei, jedoch findet sie es erleichternd, einen Tag nicht auf dem Social Media Kanal „Instagram“ zu sein. Sie äußert, dass sie nicht das Gefühl hätte etwas zu versäumen. (vgl. Probandin Pia) Dem Gegenüber spricht Michaela, dass sie findet, dass alle medienabhängig sind und, dass wenn das Handy einen ganzen Tag weggelegt wird, sich die Gedanken darum kreisen, wer wohl geschrieben hat, was passiert sei und an wen eine Nachricht versendet werden könnte. (vgl. Probandin Michaela)

Dies löste die Debatte zwischen Michaela und Pia aus. Pia ist der Meinung, dass es darum geht mit Personen in Kontakt zu stehen, sich auszutauschen, das Privatleben miteinander zu teilen und über Gefühle sprechen zu können und nicht dafür immer erreichbar zu sein. Dem Gegenüber glaubt Michaela, dass es nicht leichtfällt, dass Handy wegzulegen und nicht erreichbar zu sein für Personen, die etwas Benötigen könnten.

Hierzu werden die wichtigsten Argumente in Stichpunkten von der Debatte wiedergegeben:

Michaela	Pia
• Handy wird weggelegt, die Gedanken kreisen jedoch weiter darum: Wer hat geschrieben? Was könnte passiert sein? Ich könnte eine Nachricht an xx verfassen usw. • Es könnte bei Nachrichten auch am nächsten Tag geantwortet werden, dies wird jedoch nicht gemacht • Es fällt nicht leicht das Handy wegzulegen • Ich muss für andere erreichbar sein • Es besteht ein Unterschied, ob das Handy nicht verwendet werden kann, oder es beschlossen wird auf eigenen Wunsch es nicht zu Verwenden	• Es fühlt sich erleichternd an, dass Handy wegzulegen • Beim Austausch steht das Privatleben im Vordergrund: wie es einen geht/ was es Neues gibt und der Austausch über Gefühle. • Beim Austausch geht es nicht darum, ob eine Kollegin Hilfe bei etwas benötigt • Ohne Medien wird fokussierter gearbeitet • Handy fehlt beim Arbeiten nicht, jedoch gibt es schon zwischendurch Gedanken darüber was es wohl Neues gibt oder wie es wen geht • Es fällt leicht, wenn eine Beschäftigung zur Ablenkung vorliegt • Pia will das Handy in letzter Zeit nicht mehr so oft benutzen z.B. nicht sofort in der früh zurückschreiben

(vgl. Probandin Michaela und Probandin Pia)

In diesem Meinungsaustausch von Pia und Michaela wurde die Aussagen der gegenüberliegenden Person respektiert und sich gegenseitig auch wieder zugestimmt.

Vergleich mit der Theorie

Im Meinungsaustausch zwischen Michaela und Probandin Pia wird besprochen, dass die Gedanken weiterhin, um das Smartphone kreisen, wenn es nicht benutzt wird und keine Ablenkung besteht. Diese Angst, etwas zu versäumen, wird wie bereits in der Theorie beschrieben „Fomo“ genannt. Es ist ein sehr großer Auslöser, das Smartphone immer wieder zu benutzen. So wird das Risiko etwas zu versäumen verringert und es entsteht kein Gefühl von Exklusion. Die virtuellen sozialen Interaktionen werden aufrechterhalten. (vgl. Kater/ Schlarb 2020, S.245) Die Sorge etwas zu versäumen, sobald das Smartphone auf die Seite gelegt wird, besteht also auch bei Probandinnen und Probanden, welches während der Fokusgruppe ersichtlich wird. (vgl. Probanden und Probandinnen der Fokusgruppe) Es besteht ein Erwartungsdruck der Gesellschaft jederzeit erreichbar zu sein. (vgl. Kater/ Schlarb 2020, S.245)

Kategorie 9: Reflexion des Medienverhaltens/ Bewusste und unbewusste Mediennutzung

Während dem Gespräch in der Fokusgruppe, drückten die Probandinnen und Probanden ihre Empfindungen über die Medienabhängigkeit in der Gesellschaft aus. Sie reflektierten neue Erkenntnisse über die eigene Medienabhängigkeit und tauschten sich im Anschluss darüber aus, welche Auswirkungen es hat, die Medien eine Zeit lang nicht zu verwenden. Es wurden die unterschiedlichen Erkenntnisse des eigene Medienverhalten widergespiegelt. Ein großes Thema in dieser Kategorie war die Bewusste sowie die unbewusste Zeiteinteilung der Mediennutzung.

Es wurde zuerst von Probandin Viktoria thematisiert, dass die Abhängigkeit der digitalen Medien viel Zeit in Anspruch nimmt, die anderweitig genutzt werden könnte. Ihre Vorschläge wären: spazieren gehen, Sport treiben oder andere Hobbies nachzugehen. (vgl. Probandin Viktoria) Es wird auch von anderen Teilnehmenden der Fokusgruppe beigestimmt, dass die Zeit oft unbewusst verloren geht, die anderweitig genutzt werden könnte. Hierzu ein paar Aussagen:

„…wenn mans nit merkt, weil i hob vorher nochgschaut und die Bildschirmzeit hot mi grod volle erschreckt….und schau auf jetzt auf mei Bildschirmzeit und hab 4 Stund. Man merkt das halt gar nimmer“ (Probandin Diana)

„I denk immer i find ka Zeit dafür[spricht über ihr Hobby], oba eigentlich hätt man soviel Zeit, de wos man jetzt nit bewusst, also unbewusst eigentlich verliert, durch des, de gonzen Sochen.“ (Probandin Viktoria)

„Jo überhaupt wie man oft sogt: na i hob heite eh ka Zeit, weil i muss noch soviel Sochn mochn….und dabei tuast donn eh wenn man amol a poor Minutn hot wieder weiterscrollen oder was i a nit, weil mans anfoch konn“ (Probandin Michaela“)

„Und donn is es oba schockierend oder? Weil donn legst es donn weg und donn denkst da auf amol: Boa jetz is keine Ahnung, was nit a poor Minutn oder eigentlich is es oft donn so 20 Minutn oder a holbe Stund vagongen und ohne dos du jetz irgendwos bewusst davon ghobt host.“ (Probandin Viktoria)

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass die Probandinnen die Zeit teils unbewusst mit digitalen Medien verbringen. Sie geben an, dass es ihnen oft nicht bewusst ist, wie viel Zeit während der Nutzung vergeht und vor allem, dass sie in dieser Zeit alternative Angelegenheiten wahrnehmen hätten können.

Es wurde weiters angegeben, dass die Inhalte oft nicht wahrgenommen werden, jedoch weitergescrollt wird, weil ja noch etwas Interessantes kommen könnte. Das Handy wird herausgeholt, sobald ein paar Minuten Zeit vorherrschen. Momente werden nicht bewusst erlebt und in Erinnerung behalten. Als Beispiel wird genannt wie Menschen in der U-Bahn sitzen oder an der Bushaltestelle stehen und nicht mehr miteinander kommuniziert wird, weil alle mit dem eigenen Handy beschäftigt sind. (vgl. Probandin Viktoria)

„Man lebt anfoch nimmer bewusst den Moment“ (Probandin Viktoria)

Vergleich mit der Theorie

In dieser Kategorie wird ersichtlich, dass das Zeitmanagement im Alltag von den Probandinnen und Probanden nicht bewusst eingeteilt wird. Wenn die Zeit der Nutzung von digitalen Medien richtig eingeteilt wird, kann das einen positiven Effekt haben. (vgl. Süss /Lampert/Wijnen 2010, S. 49f) Jedoch ist dies bei den Beteiligten dieser Fokusgruppe nicht der Fall. Die negativen Auswirkungen dieser Erfahrungen, könnte sein, dass Medien den Alltag bestimmen. (vgl. Süss /Lampert/Wijnen 2010, S. 49f) Ein weiterer Aspekt der Medienabhängigkeit laut Müller ist der Steuerungsverlust, da oft kein Nutzen der Sucht mehr gegeben ist, macht es keinen Spaß mehr. Es ist ein Verhalten, das ausgeführt werden muss und nicht bewusst gesteuert werden kann. Dies macht einen großen Unterschied zwischen Hobby und Verhaltenssucht aus. (vgl. Müller 2017, S.6f). Die Probandin Viktoria gibt genau dies mit folgender Aussage wider: „…ohne dos du jetz irgendwos bewusst davon ghobt host." (Probandin Viktoria) Bei den anderen Teilnehmenden der Fokusgruppe wird dies auch ersichtlich dadurch, dass sie sich oft nicht im Klaren sind, wieviel Zeit während der Mediennutzung vergeht und dadurch, dass sie eigentlich andere Aktivitäten geplant haben, diese durch die Medienverwendung nicht durchführen können oder wollen. (vgl. Probanden und Probandinnen der Fokusgruppe) Bei den Verhaltenssüchten findet eine andere Zeitwahrnehmung statt. Das Zeitgefühl der Mediennutzung ist nicht realistisch und kann nicht eingeschätzt oder reguliert werden. (vgl. Müller 2017, S.21) Eine Probandin gibt das wieder mit der Aussage: „a poor Minutn oder eigentlich is es oft donn so 20 Minutn oder a holbe Stund vagongen" (Probandin Viktoria) Sie spricht hierbei davon, dass sie glaubt sie habe nur ein paar Minuten digitale Medien konsumiert und in Wirklichkeit sind jedoch 20 Minuten bis eine halbe Stunde vergangen. (vgl. Probandin Viktoria)

Die drei Fragen zur Prüfung des Steuerungsverlust laut Müller:

- Ist es möglich, einen relevanten Fokus auszurichten und den Mediengebrauch selbstständig für eine gewisse Zeit anzuhalten?
- Ist es möglich, vorgesetzte Medienkonsumzeiten einzuhalten?
- Kann die Zeit, in der die Medien verwendet werden, richtig eingeschätzt werden oder herrscht eine große Falscheinschätzung vor?

werden durch verschiedene Aussagen der Probanden und Probandinnen verneint, welche auf einen Steuerungsverlust hinweisen. (vgl. Müller 2017, S.21) (vgl. Probanden und Probandinnen der Fokusgruppe)

Auch der Aspekt, dass die Probandin wiedergibt, dass sie mehr als 4 Stunden Bildschirmzeit nur auf dem digitalen Medium des Smartphones hat, gehört laut Calia zur Medienabhängigkeit. (vgl Calia 2013, S.111) Ein weitere Thematik, die in dieser Kategorie von den Aussagen der Probandinnen und Probanden ersichtlich ist, ist das die Medien einen zentralen Platz im Leben der Teilnehmenden der Fokusgruppe darstellen. Andere Aktivitäten werden reduziert oder eingestellt.

Kategorie 11: Erlebnisse mit/ohne den digitalen Medien

In der Fokusgruppe entwickelt sich das Thema von bereits gemachten Erlebnissen wie zum Beispiel Urlaube und Konzerten mit/ ohne den digitalen Medien zu einem großen Thema. Es erzählten einige Probandinnen von Urlaubserfahrungen, bei denen sie keinen Empfang, Strom oder Internet hatten oder das Handy ausgeschaltet ließen. Es wurden über Konzerterlebnissen gesprochen, die mit dem Handy gefilmt werden.

Ein Beispiel dafür ist Probandin Christina. Sie gibt an, dass sie zwei Wochen in Cuba war und sie zwei Wochen kein Internet benutzen konnte. Dies war zuerst erleichternd, doch kurz bevor sie nach Hause kam fingen die Gedanken an, darum zu kreisen was alles passiert sein könnte, wie es ihrer Familie und ihren Freunden geht, welche Nachrichten sie versäumt hat usw. Als sie zu Hause ankam fühlte sie sich als hätte sie zwei Wochen etwas versäumt. Christina meint, dass sie sich entfremdet vorkam und es ein komisches Gefühl war. Ihr wurde dann richtig bewusst, wie abhängig sie von digitalen Medien ist. (vgl. Probandin Christina)

Eine andere Probandin erzählt von kurzen Aufenthalten auf der Alm ohne Strom, das heißt ohne digitale Medien. Sie empfindet dies als etwas Schönes, da sie die Zeit anders nutzen kann. Außerdem erzählt sie über eine Urlaubserfahrung, in der zu viel fotografiert werden hat müssen. Dies empfindet sie als mühsam, da der Urlaub deswegen nicht erholsam war. (vgl. Probandin Diana) Probandin Viktoria erzählte,

dass sie eine Woche auf einer Insel komplett ohne Strom war, abgeschieden von der Außenwelt und dies die „coolste Zeit“ (Probandin Viktoria) in ihrem Leben war, weil sie dann erst richtig leben konnte. (vgl. Probandin Viktoria)

Es wurde das Fotografieren mit dem Handy thematisiert. Es gab Konzerterfahrungen bei denen zumeist gefilmt wurde, die entstandenen Videos jedoch nie wieder angesehen werden. Laut Probandin Michaela zerstören Handys oft schöne Momente und das auch Künstler dies merken. Sie war auf einem Konzert, bei dem der Sänger bat, das folgende Lied, ohne es zu filmen zu genießen, jedoch fast keiner das Handy weggab. (vgl. Probandin Michaela)

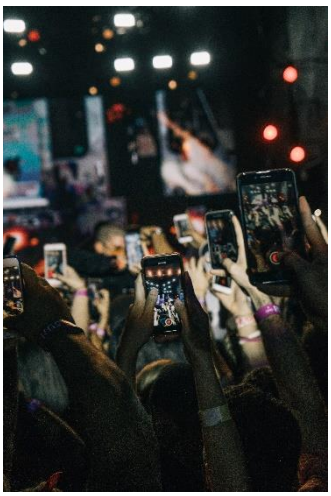


Abbildung 7: Videoaufnahmen während einem Konzert

Es wurde erneut bekrittelt, dass die gemachten Videos und Fotos von Ereignissen selten wieder angesehen werden. (vgl. Probandinnen Jennifer, Diana, Michaela und Viktoria)

Vergleich mit der Theorie

Es wird thematisiert, dass Urlaubs-, sowie Konzertfotos und -videos nicht mehr angesehen werden, sie jedoch für Social-Media-Kanäle gemacht werden. Hierzu wird in der Theorie recht deutlich wiedergegeben, dass es Individuen wichtig ist, welche Eindrücke sie bei den Social-Media Kontakten hinterlassen und wie sie sich präsentieren. Dadurch können Grenzen zwischen öffentlichen sowie privaten Informationen verschwimmen. (vgl. Schmidt 2018, S.28)

Kategorie 12: Vorteile digitale Medien

In dieser Kategorie werden die positiven Seiten der Nutzung von digitalen Medien aufgezeigt. Es wurden bereits viele negative Argumente der Nutzung von digitalen Medien wiedergegeben. Das digitale Medien jedoch auch etwas sein können wurde in der Fokusgruppe ebenso besprochen.

Die Vorteile, die in der Fokusgruppe genannt wurden, sind wie folgt:

- Es kann der Kontakt zu Freunden und Familie leichter aufrechterhalten werden
- Familienmitglieder wurden über Social Media Kanälen kennengelernt
- Informationen können jederzeit und sofort abgerufen werden
- Praktische Tools können verwendet werden wie zum Beispiel die Navigationsfunktion am Handy
- Internet kann überall und jederzeit zur Hilfe herangezogen werden (vgl. Gespräch der Fokusgruppe)

Vergleich mit der Theorie

Die positiven Seiten des Mediengebrauchs sind mit der Theorie größtenteils übereinstimmend. Eines der wichtigsten Kennzeichen ist das leichte Einholen und Erhalten von Informationen und Wissen sowie der Austausch von sozialen Beziehungen zur Aufrechterhaltung von Kontakten auf der ganzen Welt. (vgl. Kerres/Hölterhofer/Rehm 2017, S141ff) Es entstehen neue Beziehungen und bereits vorhandene Beziehungen können dadurch intensiviert werden. (vgl. Domahidi 2016, S.21) Ein großer Punkt, der bei der Fokusgruppe nur kurz angeschnitten wurde, sind die Online-Kurse oder die Nutzung von digitalen Medien wie den Laptop für die Universität. (vgl. Probandin Pia) Das Einbeziehen von digitalen Medien hat laut Zierer eine positive Auswirkung auf den Lernerfolg. Außerdem würde durch die Digitalisierung der Gesellschaft, das Bildungsangebot einen wesentlichen Bestandteil des Alltags von Personen außer Acht lassen, wenn digitale Medien nicht in den Unterricht miteinbezogen werden würden. (vgl. Zierer 2020, S.375)

Kategorie 13: Fazit nach der Fokusgruppe

Am Ende der Fokusgruppe wurden Aspekte aufgezeigt, die die Probandinnen und Probanden aus dem Gespräch mitnehmen. Bei den Teilnehmenden entsteht eine Bewusstwerdung der Abhängigkeit von digitalen Medien und eine Erkenntnis über das Ausmaß des alltäglichen Konsums der digitalen Medien.

Die Beteiligten nehmen sich nach dem Gespräch folgende Veränderungen der Nutzung von digitalen Medien vor:

- Digitale Medien, vor allem soziale Medien bewusster verwenden
- Soziale Medien reduzieren
- Digitale Medien bewusst nicht verwenden/ weglegen/ ausschalten
- Während Interaktionen sich auf die anderen Personen konzentrieren

Die Beteiligten wollen folgende Aspekte nach dem Gespräch beibehalten/ nicht verändern:

- Weiterhin Musik hören über digitale Medien, weil es nur im Hintergrund läuft und nicht ablenkend ist
- Weiterhin nicht auf gewisse soziale Medien angemeldet sein (Probandin Viktoria)
- Weiterhin das Handy bei gewissen Aktivitäten zu Hause lassen/ ausgeschaltet lassen

Ein Zitat, das passend für die Aussagen der Beteiligten in einer mediengeprägten Gesellschaft ist, wurde von der Probandin Viktoria formuliert:

„Man lebt holt donn irgendwie so in zwa Wöltn so a bissl.“ (Probandin Viktoria)

Vergleich mit der Theorie

Durch die Reflexion und die kritische Auseinandersetzung mit den eigenen Mediengebrauch kann eine richtige Balance gefunden werden, um digitale Medien bewusst zu nutzen und sich die Zeit des Medienkonsums einzuteilen. Es sollte im Alltag genügend Zeit für alternative Aktivitäten verbleiben. Dadurch, dass die Beteiligten in der Fokusgruppe über ihr eigenes Verhalten nachgedacht und dieses reflektiert haben, können Gewohnheiten erforscht und hinterfragt werden. Es ist auch ihnen bewusst, dass die Medienverwendung nicht komplett eingestellt werden kann/muss, sondern lediglich ergründet werden soll, wie die Rituale und Gewohnheiten entstehen, welche Rolle sie spielen und wieso sie vorhanden sind. Dadurch kann eine erfolgreiche Handhabung der Medienhandhabung und eine Teilhabe an der Mediensozialisation funktionieren (vgl. Süss /Lampert/Wijnen 2010, S. 49f)

Erhebung durch Fallvignetten

Fallvignette 1: Smartphone Nutzung von jungen Erwachsenen im Restaurant

Am 18.Dezember 2021 um 18:00 saßen drei junge Erwachsene in einem asiatischen Restaurant in einer Stadt. Das Restaurant hat mehrere Tische an denen verschiedene Personengruppen sitzen. Das Essen wird in Form eines Buffets serviert. Die Gruppe der drei jungen Erwachsenen besteht aus zwei Frauen und einem Mann. Die eine Frau hat kurze, blonde Haare und trägt eine Brille. Sie trägt einen beigen Pullover zu einer schwarz-glänzenden Jeans. Die andere Frau hat lange, dunkle Haare, ein schwarzes Langarm-Shirt mit einem rosa Schal um und eine blaue Jeans an, die leichte Rissen am Knie aufweist. Der Mann hat hellbraune kurze Haare und trägt einen grauen Pullover und ebenfalls eine blaue Jeans. Die Gruppe der jungen Erwachsenen befindet sich ca. in der Altersgruppe zwischen 20 und 30 Jahren. Die blonde Frau mit Brille saß der dunkelhaarigen Frau gegenüber. Der braunhaarige Mann saß neben der dunkelhaarigen Frau auf der Bank. Am Tisch stehen bereits drei unterschiedliche Getränke und zwei Smartphones liegen am Tisch. Während die drei Personen sich zuerst gemeinsam zum Buffet begaben, um sich Essen zu holen, blieben die Handys am Tisch liegen. Vorerst wurden die Smartphones während des Essens von den drei Personen nicht beachtet. Die jungen Erwachsenen konzentrierten sich aufs Essen, plauderten und lachten hin und wieder. Nachdem sie das zweite Mal aufstanden, um sich mehr Essen vom Buffet zu holen, kam die blonde Frau zuerst zurück und wartete auf die zwei anderen Individuen mit dem Essen. Solange sie wartete, griff sie zu ihrem Smartphone und tippte darauf herum. Sobald die dunkelhaarige Frau und der Mann wieder zum Tisch zurückkamen, legte die blonde Frau das Handy zur Seite und sie begannen zu Essen. Nun leuchtete das Display des Handys der blonden Frau auf und sie blickte kurz hinüber, lies sich jedoch nicht davon abhalten weiter zu essen und zu plaudern. Als das Display des Handys zum zweiten Mal aufleuchtete, reagierte sie gleich: kurzer Blick auf das Smartphone, jedoch aß sie weiter und redete weiter. Beim dritten Mal als das Display am Handy aufleuchtete, legte sie ihre Essstäbchen zu Seite ungeachtet davon, dass sich noch Essen auf ihrem Teller befand. Sie griff zum Smartphone, tippte etwas darauf herum, lachte und zeigte den anderen der Gruppe

das Display hin. Diese grinsten kurz und plauderten weiter. Kurz drehte die blonde Frau das Smartphone erneut um, damit sie selbst auf das Display blicken konnte und tippte etwas darauf ein, legte es dann nach wenigen Sekunden wieder auf die Seite. Nun standen die blonde Frau und der Mann auf und holten sich erneut etwas zu Essen. Währenddessen aß die dunkelhaarige Frau mit dem rosa Schal weiter. Sie schob kurz ihr langärmeliges T-shirt hoch. Auf ihrem Handgelenk befand sich eine Smartwatch, die zuvor nicht sichtbar war. Sie drückte einmal hinauf, blickte kurz hin und aß dann weiter, bis zuerst der Mann und dann die blonde Frau wiederkamen. Nachdem die Teller fast leer waren, fing die junge blonde Frau an ihr verbliebendes Essen am Teller mit ihrem Smartphone zu fotografieren. Dafür hob sie mit der einen Hand den Teller in die Luft und knipste mit der anderen Hand mehrere Fotos von ihrem verbliebenen Essen. Sie hielt das Teller in mehrere verschiedenen Richtungen und nahm anschließend vom Teller des Mannes etwas von seinem Essen auf ihr Teller und machte erneut Bilder von ihrem Teller. Sie verzog das Gesicht, indem ihre Augenbraun nach unten gingen und sie einen Schmollmund machte. Daraufhin sagte sie etwas zu den anderen zwei Personen und hörte auf zum Fotografieren. Es schien so, als wäre sie nicht zufrieden mit den Fotos, die sie gemacht hat. Die anderen zwei Personen lachten immer wieder laut auf. Nach einiger Zeit reichte sie dem Mann das Stück Essen wieder zurück. Die jungen Erwachsenen plauderten, aßen und lachten bis die Teller leer waren. Als sie fertig waren, setzte sich die blonde Frau mit der Brille plötzlich neben die anderen beiden Personen auf die andere Seite des Tisches. Sie nahm ihr Handy in die Hand und hielt es in die Luft. Alle drei Personen grinsten mit dem Blick zum Handy gerichtet. Es wurden erneut Fotos gemacht. Die Personen wendeten den Blick nicht von der Kamera des Handys und hielten den Zeige- und Mittelfinger hoch. Teilweiße streckten sie ihre Zunge heraus und lachten dann wieder. Nach einigen Minuten setzte sich die Blonde wieder auf die andere Seite des Tisches und lies ihren Blick nicht vom Display des Handys. Nun holte auch der Mann sein Smartphone aus der Hosentasche und die dunkelhaarige Frau hob ihr Smartphone vom Tisch und sie blickten in das Display des Smartphones. Das Gespräch der Gruppe verstummte zuerst vollkommen. Alle drei jungen Erwachsenen starrten in ihr Handy, bis die Blonde erneut ihr Display herzeigte und der Mann und die dunkelhaarige Frau sich nickend zustimmten. Als erstes packte der Mann sein Handy wieder in seine Hosentasche. Die zwei jungen Frauen zeigten sich immer

wieder gegenseitig das Display ihres eigenen Smartphones und sprachen kurz. Währenddessen beobachtete der junge Mann die Frauen, wie sie auf ihrem Smartphone tippten. Es verging einige Zeit, bevor auch die zwei jungen Frauen ihr Smartphone wieder in ihre Handtasche gaben, sie nach der Rechnung verlangten und bezahlten. Sie zogen sich ihre Mäntel an und die blonde Frau mit Brille holte ein letztes Mal ihr Smartphone aus ihrer Handtasche heraus, blickte auf das Display, tippte etwas darauf herum und packte es wieder weg. Diesmal gab sie ihr Smartphone in ihre Manteltasche, bevor die drei jungen Erwachsenen das Restaurant verließen.

Reflexion der Fallvignette 1

In dieser Vignette wird deutlich, dass Medien den Alltag prägen, sie werden während dem Treffen mit Freunden, beim gemeinsamen Essen und in der Öffentlichkeit verwendet. Durch die Medialisation entstehen somit neue Ausprägungen der Gemeinschaftlichkeit. (vgl. Te Wildt 2012, S. 13f) Es liegen bereits von Beginn an Smartphones von den jungen Erwachsenen auf dem Esstisch in einem asiatischen Restaurant. Hier wird erneut deutlich, dass, das Smartphone ein wichtiger Bestandteil von jungen Erwachsenen unter 30 Jahre ist, 96% eines benutzen und durchschnittlich 18-mal pro Tag auf das Display geschaut und dieses kontrolliert wird. (vgl. Statista 2020, Smartphone Nutzung Österreich unter URL: www.statista.com [Datum des Zugriffs: 06.Dezember.2020]) Auch in diesem Beispiel ist ersichtlich, dass es nicht lange dauerte, bis die erste Person zum Smartphone griff und ihr Display kontrollierte. Eines der Motive, wieso digitale Medien genutzt werden, ist es Wartezeiten zu verkürzen. (vgl. Röll 2010, S.27) Die blonde Frau, die zuerst vom Buffet zurückkam, wartete auf die anderen zwei Personen, indem sie währenddessen ihr Smartphone verwendete. Auch die dunkelhaarige Frau benutzte ihre Smartwatch, während die zwei anderen Individuen sich etwas vom Buffet holten. Die Wartezeit wurde mit der Verwendung der digitalen Medien überbrückt. Als ihr Display während des Essens immer wieder aufleuchtete, ignorierte sie dies vorerst, griff dann aber doch zum Smartphone. Motive der Frau dafür könnten die Sorge sein etwas Wichtiges zu versäumen oder der Druck und die Erwartungen der Gesellschaft immer erreichbar und online zu sein (vgl. Kater/ Schlarb 2020, S.245) Dies unterbrach die bestehende Kommunikation in der Gruppe, es wurde über das, was

auf dem Bildschirm ersichtlich war, gelacht und die Interaktion mit der blonden Frau wurde im Anschluss mit ihrem Blick auf das Handy abgebrochen. Es sprachen nur die zwei anderen Personen miteinander weiter. Es wird ersichtlich, dass die digitale Mediennutzung die Kommunikation und Interaktion im Alltag beeinflusst. (vgl. Röser/Peil 2020, S.220)

Als die blonde Frau begann Fotos zu machen, wurde ihr Essen in Szene gesetzt. Um diese Fotos zu machen, nahm sie das Essen des Mannes auf ihren Teller und fotografierte es in verschiedensten Positionen. Oft werden Verhaltensweisen danach gerichtet, welche Menschen das Foto sehen können und wie sie darauf reagieren. Die Verhaltenszüge beeinflussen das natürliche Auftreten und Selbstsein. (vgl. Te Wildt 2012, S. 17) In diesem Beispiel wäre die veränderte Verhaltensweise, dass die blonde Frau bewusst das Essen des Mannes auf ihren Teller nahm, ohne es essen zu wollen, lediglich um es zu fotografieren. Auch die Positionen, in die sie ihr Teller brachte, sind nicht natürlich und wurden inszeniert. Die Inszenierungen und unnatürliche Selbstdarstellung ging damit weiter, dass sich die blonde Frau an die andere Seite des Tisches setzte und verschiedene Mimiken und Gestiken durchprobiert wurden. Es konnte nicht sichergestellt werden, ob diese imitierten Arrangements in weiterer Folge auf soziale Medien geteilt wurden oder nicht.
In weiterer Folge wurde die Kommunikation erneut durch die Benutzung der digitalen Medien, in diesem Fall durch Smartphones unterbrochen. Merklich sind die Smartphones während des Aufenthaltes der Gruppe von jungen Erwachsenen immer wieder benutzt und in den Interaktionen integriert worden. Teilweise wurde die Aufmerksamkeit komplett auf das digitale Medium gerichtet und die face-to-face Kommunikation unterbrochen. Diese Fallvignette zeigt als Beispiel auf, wie ein Segment des Alltags von jungen Erwachsenen durch digitale Medien geprägt ist.

Fallvignette 2: Mediennutzung von jungen Erwachsenen in der U-Bahn in Wien

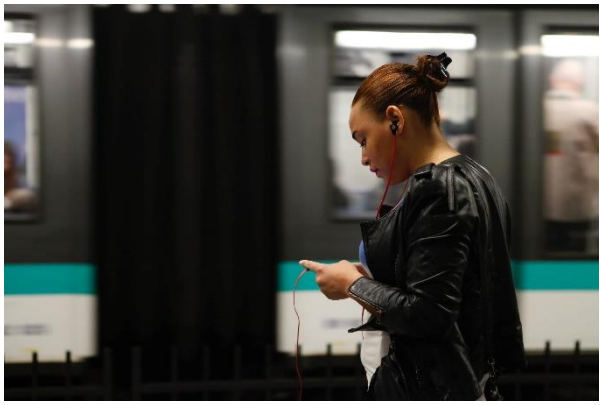


Abbildung 8: Mediennutzung in der U-Bahn

Am 02. Mai 2022 um 13:30 waren einige Leute in Wien mit der U-Bahn U1 in Richtung Oberlaa unterwegs. Zwischen den Haltestellen Kagran und Stephansplatz stiegen immer wieder Leute aus der U-Bahn aus und andere Leute wieder ein. In einem Abteil standen und saßen vermehrt junge Erwachsene. Zu Beginn der Strecke in Kagran befanden sich zu dieser Zeit ca. 10 Personen in einem Abteil der U1. Von diesen 10 Personen in dem eben genannten Abteil tragen sechs dieser Individuen sichtlich Kopfhörer im Ohr. Davon starren fünf Personen in den Bildschirm ihres Smartphones.

Eine junge Frau, die ihre braunen Haare in einem Pferdeschwanz trägt, ist besonders aktiv auf ihrem Handy. Sie steht zwei Schritte entfernt neben einem jungen Mann, der braune kurze Haare sowie einen 3-Tage-Bart trägt und ebenso sehr beschäftigt mit seinem Smartphone ist. Beide lehnen sich mit dem Rücken an die U-Bahn Wand. Vorerst ist nicht ersichtlich, dass die zwei Personen zusammengehören, da sie nicht miteinander sprechen und beide kabellose Kopfhörer in den Ohren tragen. Die junge Frau ist sehr fokussiert auf ihrem Bildschirm, auf dem sie immer wieder etwas tippt. Dafür verwendet sie beide Hände. Mit der einen Hand hält sie das Smartphone fest und mit der anderen tippt und wischt sie unaufhaltsam mit ihren etwas längeren roten Fingernägel herum.

Der braunhaarige Mann wendet seinen Blick auch nicht von seinem Smartphone ab, dass er mit einer Hand diagonal hält. Er tippt nur hin und wieder auf den Bildschirm des Smartphones, jedoch ertönt laute Töne aus seinen Kopfhörern. Als die Frau mit Pferdeschwanz zu sprechen beginnt, schaut der junge Mann kurz von seinem Smartphone zu ihr auf und lässt anschließend den Kopf gleich wieder senken, da sie nicht mit ihm spricht.

Die braunhaarige Frau führt ein Telefonat über ihre Kopfhörer. Während dem Telefonat senkt sie kurz ihr Handy und blickt das erste Mal von ihrem Smartphone auf und richtet den Blick starr aus dem Fenster. Da sie sehr laut spricht, hebt auch eine junge, schwarzhaarige Frau, die gegenüber der zwei Personen steht, ihren Blick kurz von ihrem Smartphone auf und blickt zu ihr hinüber. Diese beobachtet die Frau, die einen Pferdeschwanz trägt, kurz und fokussiert sich dann wieder auf ihr eigenes Smartphone.

Nach kurzer Zeit beendet die braunhaarige Frau ihr Telefonat wieder und sofort richtet sich ihr Blick wieder auf ihr Smartphone. Es fand keine Kommunikation oder andere Interaktion zwischen den zwei beschriebenen Personen statt. Erst kurz vor einer Haltestelle nahm der Mann mit dem 3-Tage Bart einen der kabellosen Kopfhörer aus seinem Ohr und sprach ein paar Worte zur Frau mit den braunen Haaren. Diese blickte ihn an und antwortete dem Mann kurz etwas. Daraufhin packte der Mann sein Smartphone in seine Hosentasche und die Frau ihr Smartphone in ihre schwarze Handtasche ein. Die Frau rückte näher zum Mann, der seinen Arm leicht um ihre Hüfte legte. Als die U-Bahn in der nächsten Haltestelle stehen blieb, stiegen die zwei jungen Erwachsenen gemeinsam aus.

Reflexion der Fallvignette 2

In dieser Fallvignette wird die Interaktion zwischen den Menschen auf öffentlichen Raum am Beispiel einer Fahrt in der U-Bahn ersichtlich. Die Aussage, dass die zwischenmenschliche Interaktion durch Medienkommunikation ergänzt werden, anstatt ersetzt zu werden soll (vgl. Süss /Lampert/Wijnen 2010, S. 49f) wirkt in diesem Fall gegenteilig. Die Menschen sprechen kaum miteinander und interagieren fast gar nicht. Dies dient als gutes Beispiel dafür, dass sich auch in der zweiten Fallvignette die Kommunikation und Interaktion durch die Mediennutzung im Alltag verändert. (vgl. Röser/ Peil 2020, S. 220-242) In diesem Fallbeispiel werden reale Beziehungen mit persönlichen Interaktionen durch Mediennutzungen und eventuelle Cyberbeziehungen ersetzt. Dies kann bereits ein Anzeichen für den erschwerten Aufbau von realen Beziehungen sein und die Herstellung von Online-Beziehungen. (vgl. Young in Addiction Center 2020, unter URL: www.addictioncenter.com [Datum des Zugriffs: 21.06.2020]) Nicht nur die zwei Personen auf die näher eingegangen

wird nutzen intensiv digitale Medien, der Großteil der Personen, die im U-Bahn Abteil wahrgenommen werden, tragen entweder Kopfhörer oder nutzen ihr Smartphone. Der Grund wieso diese Personen ihre digitalen Medien kann daher führen, dass sie die Wartezeit bis zum Ausstieg überbrücken, da die Personen das Smartphone wegpacken, sobald sie an ihrer Haltestelle angekommen sind und hier zum ersten Mal miteinander kommunizieren. Wie bereits Röll 2010 wiedergibt, ist die Wartezeit zu verkürzen oft ein Motiv, wieso digitale Medien genutzt werden. (vgl. Röll 2010, S.27) Inwieweit diese Personen davon betroffen sind, medienabhängig zu sein, kann durch diese kurze Beobachtung nicht angegeben werden. Es gibt jedoch einen guten Überblick darüber, wie Situationen im öffentlichen Orten ablaufen können, welches durch die Verwendung digitaler Medien geprägt ist.

Methoden das Verhältnis digitaler Medien handzuhaben

Bewusstes Abschalten der digitalen Medien

Das bewusste Abschalten oder Weglegen der digitalen Medien schafft eine Änderung der Erreichbarkeitssituation. Dies kann eine Umstellung des Bewusstseins und der Gefühllage hervorbringen. Es kann einerseits den Druck der Gesellschaft immer verfügbar zu sein lösen, innere Ruhe schaffen, den Stress mindern und Entspannung hervorrufen. Andererseits erfordert es für viele große Durchsetzungskraft die digitalen Medien zur Seite zu legen bzw. abzuschalten und kann zu gegenteiligen Reaktionen führen. Die eigene Bereitschaft immer verfügbar und erreichbar zu sein, kann abgelegt werden. Es kann geübt werden, Positives zu spüren, wenn digitale Medien weggelegt bzw. abgeschaltet werden. Eine Übung dafür ist laut Daniela Otto zum Beispiel folgende:

Es wird ein Tag ausgesucht, an den keine wichtigen Ereignisse stattfinden. Diese Übung kann entweder vormittags oder nachmittags stattfinden. Das Smartphone und andere digitale Medien sollten für vier Stunden nicht beachtet werden, egal ob es klingelt, vibriert oder sonstige Benachrichtigungen ertönen. Am Ende der vier Stunden kann dann gecheckt werden, welche Anrufe, Nachrichten, E-Mails, SMS usw. verpasst wurden. Anschließend sollte reflektiert werden, ob es einen Unterschied gemacht hätte, wenn sofort beim Ertönen der digitalen Medien reagiert

worden wäre. Diese Übung soll dazu dienen, dass digitale Medien und deren Signaltöne nicht sofort Emotionen in Personen auslösen sowie das bereits erwähnte Belohnungssystem im Gehirn aktiviert wird. Das sofortige Reagieren auf Anrufe, E-Mails, SMS, Benachrichtigungen usw. führt zu einer fortwährenden Einsatzbereitschaft. Diese Übung soll dem entgegenwirken und die negativen Merkmale, die durch die stetige Einsatzbereitschaft vorherrschen, eingedämmt bzw. verhindert werden.

(vgl. Otto 2016, S.41)

Zurück zur Natur

Als Gegenstück zur Technik und digitale Medien kann die Natur gesehen werden. Digitale Medien ist etwas, das von Menschen geschaffen und entwickelt wurde. Das bewusste Abschalten von den digitalen Medien kann also in der Natur effektiv genutzt werden. Die Umwelterfahrungen und Einflüsse der Natur können als Ausgangspunkt zur Realität dienen. (vgl. Otto 2016, S.91)

Den Moment nutzen

Durch das Abschalten oder Weglegen der digitalen Medien sollen Momente besser genossen werden können. Situationen, Erfahrungen und Eindrücke sollen mit Freude erfasst werden und nicht nur, um diese dann in den sozialen Medien zu posten. Der Druck der Selbstinszenierung für die sozialen Medien soll fallen, damit die Vorteile von Erlebnissen in der Realität gezogen werden können. (vgl. Otto 2016, S.104)

Fazit

Die Theorie sowie der empirische Teil beschreiben, die verschiedenen digitalen Medien, die von der Gesellschaft vor allem von jungen Erwachsenen genutzt werden, dazu zählen vor allem das Smartphone, der Computer, der digitale Fernseher sowie Spielkonsolen. Die genutzten digitalen Medien werden zum Beispiel in der Fallvignette 1 ersichtlich, in der die jungen Erwachsenen im alltäglichen Leben digitale Medien nutzen, in diesem Fall zum Beispiel das Smartphone sowie die Smartwatch.

Die Motive, wieso die soeben genannten digitalen Medien genutzt werden, sind hauptsächlich die Unterhaltung, die Gemeinschaftlichkeit, Zugehörigkeit, Verbundenheit, Kommunikation, Informationseinholung sowie das Leben spannender erleben/in eine andere Welt tauchen. Im Dokumentarfilm „Das Dilemma mit den digitalen Medien“ wird aufgezeigt, dass genau diese Reize und Motive der Menschen durch Experten und Expertinnen erforscht werden und die Ergebnisse dazu eingesetzt werden, dass möglichst viele Leute, möglichst oft und möglichst lange soziale Medien nutzen. Dass diese sozialen Plattformen auch sehr häufig genutzt werden, ist zum Beispiel durch die Zahlen der Nutzung der Plattform „Facebook“ ersichtlich, die in Österreich jede zweite Person bereits nutzt.

Bereits in der Kindheit fängt die Nutzung der digitalen Medien an. Für die „Digital Natives“ sind die digitalen Medien eine Selbstverständlichkeit, die zum alltäglichen Leben dazugehören. Durch die stetige Weiterentwicklung der Technologie und somit auch der digitalen Medien, verändert sich die Nutzung dieser fortlaufend. Es gibt neue Möglichkeiten, Chancen und Risiken mit der sich die Heranwachsenden auseinandersetzen müssen.

Es werden sowohl in der Theorie als auch im empirischen Teil viele positive Blickwinkel der digitalen Medien aufgeführt wie zum Beispiel das Einholen von verschiedensten Informationen, die Nutzung digitaler Medien für die Schule/ Uni/ Arbeit, die Hilfsangebote im Internet, das Kontakt halten und pflegen über Social Media Kanälen, und vieles mehr.

Sowie positive Aspekte bringen die digitalen Medien auch Risiken mit sich, welche vor allem durch eine Medienabhängigkeit erkennbar sind. Die in dieser Masterarbeit behandelten Abhängigkeiten sind die Internetabhängigkeit mit den 5 Formen (Spielesucht, Abhängigkeit der Online-Beziehungen, Cybersexabhängigkeit, Computerspielsucht, Abhängigkeit der zwanghaften Informationssuche), Fernsehabhängigkeit und die Smartphone-Abhängigkeit. Die Symptome, Auswirkungen und Folgen dieser Abhängigkeiten können zusammengefasst folgende sein: Freudlosigkeit im Alltag, körperliche Beschwerden (Wirbelsäulenprobleme, Sehschwäche, Fettleibigkeit), Selbstzweifel, Kontrollverlust, Schlafstörungen, soziale Konfliktsituationen, face-to-face Interaktions- und Kommunikationsschwierigkeiten, finanzielle Probleme, Verlust der Zeitwahrnehmung bis hin zur Vernachlässigung der Grundbedürfnisse. Wenn die digitale Mediennutzung den Alltag einnimmt, dadurch andere Lebensbereiche vernachlässigt werden, ein Druck der Mediennutzung nachzugehen vorhanden ist, sowie ein Steuerungsverlust des Mediengebrauches stattfindet kann man von einer digitalen Medienabhängigkeit sprechen, welche zu den Verhaltenssüchten zählt.

Ein wichtiger Faktor, der digitalen Mediennutzung sind die sozialen Medien, wie Facebook, Instagram, Snapchat uvm. Hierbei geht es vor allem darum, sich mit anderen Online-Kontakten in verschiedensten Formen auszutauschen zum Beispiel durch Fotos, Videos, Kommentaren, Reaktionen usw. Es wird durch selbsterstellte Profile meist mit einem Profilfoto/Selfie eine Online-Identität geschaffen. Durch die eigens angefertigten Online-Identitäten entsteht bei den jungen Erwachsenen oft ein Druck das „perfekte“ Leben darzustellen und der Wunsch danach, so zu sein wie andere Social-Media Kontakte oder Influencer und Influencerinnen. Die Grenze zwischen virtueller Welt und realer Welt kann verschwimmen und die Unzufriedenheit im realen Leben steigt, welches wieder zu vermehrten Mediengebrauch führen kann.

Die steigende Mediennutzung der Gesellschaft führt zu einem von Medien geprägten Alltag insbesondere für junge Erwachsene. Dies ist nicht nur im theoretischen Teil angeführt, sondern auch in der Fokusgruppe erkennbar sowie auch in den zwei Fallvignetten sichtbar. Dadurch, dass diese jedoch nicht nur Vorteile mit sich bringen, sondern auch Nachteile, ist eine ausgewogene Balance der digitalen Mediennutzung

im Alltag förderlich, um die positiven Seiten der digitalen Medien zu verstärken. Dienlich ist ein bewusster, reflektiver Umgang mit dem Gebrauch der digitalen Medien, sowie eine zeitliche Einteilung der Nutzung dieser. Weiterhelfend dabei kann eine Bewusstwerdung sein, welche Aspekte durch digitale Medien als störend für einen selbst und auf andere wirken können und welche Aspekte hinderlich im alltäglichen Leben sein können. Empfehlungen, um eine effektive Balance des Mediengebrauchs im Alltag herstellen zu können ist die regelmäßige bewusste Abschaltung/ das bewusste Weglegen der digitalen Medien, um sich auf das reale Leben zu fokussieren.

Literaturverzeichnis

Becker, Jörg (2013) Die Digitalisierung von Medien und Kultur. Mit einem Vorwort von Lothar Bisky. Wiesbaden: Springer Fachmedien. S. 165-213

Calia, Giulio (2013) Mediensucht bei Kinder und Jugendlichen aus medizinischer Perspektive In: Marchwacka, Maria (Hrsg.) Gesundheitsförderung im Setting Schule. Wiesbaden: Springer Verlag für Sozialwissenschaften S.111-122

Domahidi, Emese (2016) Online-Mediennutzung und wahrgenommene soziale Ressourcen. Eine Metaanalyse. Wiesbaden: Springer Fachmedien

Evers-Wölk, Michaela/ Opielka Michael (2016) Neue elektronische Medien und Suchtverhalten. Forschungsoptionen und politische Handlungsoptionen zur Mediensucht bei Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft

Fromme, Johannes (2015) Freizeit als Medienzeit. Wie digitale Medien den Alltag verändern. In: Freericks, Renate/ Brinkmann, Dieter (Hrsg) Handbuch Freizeitsoziologie. Wiesbaden: Springer Fachmedien. S. 431-467

Karstens, Eric (2006) Fernsehen digital. Eine Einführung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften

Kater/ Schlarb (2020) Smartphone usage in adolescents – motives and link to sleep disturbances, stress and sleep reactivity. Bielefeld: Springer Medizin Verlag GmbH

Kerres, Michael/ Hölterhofer, Tobias/ Rehm, Martin (2017) Lebenslanges Lernen im Kontext sozialer Medien. Chancen für formelles und informelles Lernen In: Münk, Dieter/ Walter, Marcel (Hrsg.) Lebenslanges Lernen im sozial strukturellen Wandel. Ambivalenzen der Gestaltung von Berufsbiografien in der Moderne. Wiesbaden: Springer Fachmedien S.141-171

Klein, Alexandra (2010) Bin ich schon drin oder was? Partizipation und Internet. In: Cleppien, Georg/ Lerche, Ulrike (Hrsg.) Soziale Arbeit und Medien. Wiesbaden: Springer Fachmedien/VS Verlag für Sozialwissenschaften S. 23-37

Kreddig, Nina/Karimi, Zohra (2013) Entwicklungspsychologie. Junges Erwachsenenalter. In: Kreddig, Nina/Karimi, Zohra (Hrsg.) Psychologie für Pflege und Gesundheitsmanagement. Psychologie für die berufliche Praxis. Wiesbaden: Springer Fachmedien S. 151- 168

Lengsfeld, Jörn (2019) Digital Era Framework. Ein Bezugsrahmen für das digitale Informationszeitalter. Bad Waldsee: Dr. Dr. Jörn Lengsfeld

Mayer, Horst Otto (2013): Interview und schriftliche Befragung. Grundlagen und Methoden empirischer Sozialforschung. München: Oldenburg Verlag.

Müller, Kai W. (2017,) Internetsucht. Wie man sie erkennt und was man dagegen tun kann. Wiesbaden: Springer Fachmedien

Otto, Daniela (2016) Digital Detox. Wie sie entspannt mit Handy & Co. leben. Berlin Heidelberg: Springer Verlag. S.13-25

Pietraß, Manuela (2018) Die Ermöglichung von Lernen und Bildung im digitalen Raum. Medienpädagogische Perspektiven In: Pietraß Manuela/ Fromme, Johannes/ Grell, Petra/ Hug, Theo (Hrsg.) Jahrbuch Medienpädagogik 14. Der digitale Raum-Medienpädagogische Untersuchungen und Perspektiven. Wiesbaden: Springer Fachmedien. S.11-35

Röll, Franz Josef (2010) Aufwachsen in der (Medien-) Gesellschaft. In: Cleppien, Georg/ Lerche, Ulrike (Hrsg.) Soziale Arbeit und Medien. Wiesbaden: Springer Fachmedien/VS Verlag für Sozialwissenschaften S. 23-37

Röser, Jutta/ Peil, Corinna (2010) Räumliche Arrangements zwischen Fragmentierung und Gemeinschaft: Internetnutzung im häuslichen Alltag In: Röser, Jutta/ Thomas, Tanja/ Peil, Corinna (Hrsg.) Alltag in den Medien-Medien im Alltag. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 220-242

Sander, Uwe/Von Gross, Friedericke/Hugger, Kai-Uwe (2008) Handbuch Medienpädagogik. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften

Schmidt, Jan-Hinrik (2018) Social Media. 2.Auflage. Wiesbaden: Springer Fachmedien

Sören, Stamer (2002) Technologie als Enabler für effizientes Cross-Media Publishing In: Müller-Kalthoff (Hrsg.) Cross-Media Management. Content Strategien erfolgreich umsetzen S.89-125

Schulz, Marlen (2012) Quick and easy!? Fokusgruppen in der angewandten Sozialwissenschaft In: Schulz, Marlen/ Mack, Birgit/ Renn, Ortwin (Hrsg.) Fokusgruppen in der empirischen Sozialwissenschaft. Von der Konzeption bis zur Auswertung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften/Springer Fachmedien. S. 9-24

Süss, Daniel/ Lampert, Claudia/ Wijnen, Christine W. (2010) Medienpädagogik. Ein Studienbuch zur Einführung. Einleitung: Zur Relevanz der Medienpädagogik in mediatisierten Gesellschaften. Wiesbaden: Springer Fachmedien. S. 13-25

Sutter, Tilmann (2010) Medienkompetenz und Selbsozialisation im Kontext Web 2.0 In: Herzig, Bardo/ Meister Dorothee M./ Niesyto, Hort (Hrsg.) Jahrbuch Medienpädagogik 8. Medienkompetenz und Web 2.0. S.41-59

Te Wildt, Bert (2012) Medialisation. Von der Medienabhängigkeit des Menschen. Göttingen: Vandenhoeck&Ruprecht

Wegener, Claudia (2008) Parasoziale Interaktion. In: Sander, Uwe/ Von Gross, Friedericke/ Hugger, Kai-Uwe (2008) Handbuch Medienpädagogik. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. S.294-297

Zierer (2020) Die Wirkung digitaler Medien im Schulunterricht. Chancen und Risiken der Digitalisierung aus erziehungswissenschaftlicher Sicht. In: Fürst, Ronny Alexander (Hrsg.) Digitale Bildung und Künstliche Intelligenz in Deutschland. Nachhaltige Wettbewerbsfähigkeit und Zukunftsagenda. Wiesbaden: Springer Fachmedien. S. 373-385

Onlineverzeichnis

Addiction Center (2020) unter URL: https://www.addictioncenter.com/drugs/internet-addiction/ [Datum des Zugriffs: 21.06.2020]

Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Forschung (2018) unter URL: https://www.bmbwf.gv.at/Themen/schule/schulpraxis/uek/medien.html [Datum des Zugriffs: 10.01.2020]

Bundesministerium für Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz (2020) unter URL: https://www.sozialministerium.at/Themen/Gesundheit/Drogen-und-Sucht/Verhaltenss%C3%BCchte/Mediensucht.html

Duden (2021) unter URL: https://www.duden.de/rechtschreibung/netflixen [Datum des Zugriffs: 11.10.2021].

Duden (2021) unter URL: https://www.duden.de/rechtschreibung/Spotify [Datum des Zugriffs: 12.10.2021].

Duden (2022) unter URL: https://www.duden.de/rechtschreibung/Influencer [Datum des Zugriffs: 12.12.2022].

PINTA-Prävalenz der Internetabhängigkeit (2013) unter URL: https://www.bundesgesundheitsministerium.de/fileadmin/Dateien/5_Publikationen/Drogen_und_Sucht/Berichte/Forschungsbericht/Studie_Praevalenz_der_Internetabhaengigkeit__PINTA_.pdf [Datum des Zugriffs: 04.05.2020]

Sigmund Freud Privatuniversität Wien (2016) unter URL: https://ambulanz.sfu.ac.at/weitere-angebote/verhaltenssuechte/therapie-und-beratungsstelle-fuer-mediensucht/ [Datum des Zugriffs: 02.12.2020]

Stangl, Werner (2020) unter URL: https://lexikon.stangl.eu/632/sucht/ [Datum des Zugriffs: 27.April.2020]

Statista Austria (2019) Facebook Österreich unter URL: https://de.statista.com/statistik/daten/studie/296115/umfrage/facebook-nutzer-in-oesterreich/ [Datum des Zugriffs: 15.Jänner.2020]

Statista Austria (2019) Facebook Weltweit unter URL: https://de.statista.com/statistik/daten/studie/37545/umfrage/anzahl-der-aktiven-nutzer-von-facebook/[Datum des Zugriffs: 16.Jänner.2020]

Statista Austria (2019) Instagram Österreich unter URL: https://de.statista.com/statistik/daten/studie/512380/umfrage/instagram-nutzer-in-oesterreich/ [Datum des Zugriffs: 16.Jänner.2020]

Statista (2020) Smartphone Nutzung Österreich unter URL: https://de.statista.com/themen/3654/smartphone-nutzung-in-oesterreich/#:~:text=Derzeit%20betr%C3%A4gt%20der%20Anteil%20der,Endger%C3%A4te%20sogar%20rund%2096%20Prozent.&text=Insgesamt%20gaben%20%C3%96sterreicher%20im%20Jahr,dem%20Einkauf%20mit%20mobilen%20Ger%C3%A4ten [Datum des Zugriffs: 06.Dezember.2020]

Statista (2020) Smartphone Nutzung Stunden unter URL: https://de.statista.com/statistik/daten/studie/660775/umfrage/umfrage-in-oesterreich-zur-taeglichen-nutzungsdauer-von-handys/ [Datum des Zugriffs: 06.Dezember.2020]

Statista (2020) Haushaltsausstattung unter URL: https://de.statista.com/statistik/daten/studie/303760/umfrage/technische-haushaltsausstattung-in-oesterreich/ [Datum des Zugriffs: 01.Dezember.2020]

Statista (2020) Smartphone Nutzung Junge Erwachsene unter URL: https://de.statista.com/statistik/daten/studie/315861/umfrage/ueberpruefungshaeufigkeit-des-mobiltelefons-pro-tag-in-oesterreich-nach-alter/ [Datum des Zugriffs: 06.Dezember.2020]

Statista (2020) Tagesreichweite unter URL: https://de.statista.com/statistik/daten/studie/303729/umfrage/tv-tagesreichweite-in-oesterreich/ [Datum des Zugriffs: 01.Dezember.2020]

Statista Austria (2019) Instagram Weltweit unter URL: https://de.statista.com/themen/2506/instagram/ [Datum des Zugriffs: 16.Jänner.2020]

Statista Austria (2021) Tiktok Österreich unter URL: https://de.statista.com/statistik/daten/studie/528244/umfrage/anzahl-der-aktiven-nutzer-von-sozialen-netzwerken-in-oesterreich/ [Datum des Zugriffs: 17.Jänner.2021]

Statistik Austria (2020) unter URL: https://www.statistik.at/web_de/statistiken/energie_umwelt_innovation_mobilitaet/informationsgesellschaft/ikt-einsatz_in_haushalten/index.html [Datum des Zugriffs: 04.05.2021]

Klicksafe Streamingdienste (2021) unter URL: https://www.klicksafe.de/fileadmin/cms/download/Material/Infobrosch%C3%BCren/Leitfaden_klicksafe_Streamingdienste_sicher_einstellen_2022.pdf [Datum des Zugriffs: 16.10.2022]

Filmverzeichnis

Haidt, Jonathan (2020) Das Dilemma mit den Sozialen Medien. Orlowski, Jeff (Regisseur) Vereinigte Staaten: Netflix Original

Harris, Tristan (2020) Das Dilemma mit den Sozialen Medien. Orlowski, Jeff (Regisseur) Vereinigte Staaten: Netflix Original

Lanier, Jaron (2020) Das Dilemma mit den Sozialen Medien. Orlowski, Jeff (Regisseur) Vereinigte Staaten: Netflix Original

Lembke, Anna (2020) Das Dilemma mit den Sozialen Medien. Orlowski, Jeff (Regisseur) Vereinigte Staaten: Netflix Original

Palihapitiya Chamath (2020) Das Dilemma mit den Sozialen Medien. Orlowski, Jeff (Regisseur) Vereinigte Staaten: Netflix Original

Parker, Sean (2020) Das Dilemma mit den Sozialen Medien. Orlowski, Jeff (Regisseur) Vereinigte Staaten: Netflix Original

Seibert, Jeff (2020) Das Dilemma mit den Sozialen Medien. Orlowski, Jeff (Regisseur) Vereinigte Staaten: Netflix Original

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Digitale Medien 4
Abbildung 2: Social Media 22
Abbildung 3: Selbstdarstellung in den sozialen Netzwerken 25
Abbildung 4: Computerspieleabhängigkeit 35
Abbildung 5: Smartphoneabhängigkeit 37
Abbildung 6: Videokonferenz 45
Abbildung 7: Videoaufnahmen während einem Konzert 66
Abbildung 8: Mediennutzung in der U-Bahn 74

Smartphoneabhängigkeit: Jonas Leupe (2020) entnommen unter URL: https://unsplash.com/photos/wK-elt11pF0 [Datum des Zugriffs: 25.09.2022]

Social Media: Adam AY (2021) entnommen unter URL: https://unsplash.com/photos/Tk9m_HP4rgQ [Datum des Zugriffs: 25.09.2022]

Digitale Medien: Marvin Meyer (2018) entnommen unter URL: https://unsplash.com/photos/SYTO3xs06fU [Datum des Zugriffs: 25.09.2022]

Mediennutzung in der U-Bahn: Eran Menashri (2019) entnommen unter URL: https://unsplash.com/photos/Odq8y1_BtE8 [Datum des Zugriffs: 25.09.2022]

Videokonferenz: Chris Montgomery (2020) entnommen unter URL: https://unsplash.com/photos/smgTvepind4 [Datum des Zugriffs: 25.09.2022]

Videoaufnahmen während einem Konzert: Gian Cescon (2018) entnommen unter URL: https://unsplash.com/photos/N0g-deioHO4 [Datum des Zugriffs: 25.09.2022]

Selbstdarstellung in den sozialen Netzwerken: Mateus Campos Felipe (2020) entnommen unter URL: https://unsplash.com/photos/ZKJQCWsKmPs [Datum des Zugriffs: 25.09.2022]

Computerspieleabhängigkeit: Florian Olivo (2018) entnommen unter URL: https://unsplash.com/photos/Mf23RF8xArY [Datum des Zugriffs: 25.09.2022]