

Kooperationspartnerin



Zürcher Hochschule
für Angewandte Wissenschaften



JAMES focus

Rückblick auf ein Jahrzehnt Jugendmedienforschung

Fachgruppe Medienpsychologie, 2021

Web

www.zhaw.ch/psychologie/jamesfocus

www.swisscom.ch/JAMES/

Impressum

Herausgeber

ZHAW Zürcher Hochschule für Angewandte
Wissenschaften
Departement Angewandte Psychologie
Pfungstweidstrasse 96
Postfach, CH-8037 Zürich
Telefon +41 58 934 83 10
Fax +41 58 934 84 39
info.psychologie@zhaw.ch
www.zhaw.ch/psychologie

Projektleitung

Prof. Dr. Daniel Süss
Gregor Waller MSc

Autorinnen und Autoren

Gregor Waller, MSc
Prof. Dr. Daniel Süss
Lilian Suter, MSc
Isabel Willemse, MSc
Céline Külling, MA
Jael Bernath, MSc
Patricia Skirgaila, MA
Susanne Löpfe, MSc

Kooperationspartner

Swisscom AG
Michael In Albon und Noëlle Schläfli

Partner in der französischen Schweiz

Dr. Patrick Amey und Merita Elezi
Université de Genève
Département de sociologie

Partner in der italienischen Schweiz

Dr. Eleonora Benecchi, Petra Mazzoni und
Luca Calderara
Università della Svizzera italiana
Facoltà di comunicazione, cultura e società

Partner in Deutschland

Thomas Rathgeb
Medienpädagogischer Forschungsverbund
Südwest (mpfs)

Zitationshinweis

Waller, G., Süss, D., Suter, L., Willemse, I., Külling, C., Bernath, J., Skirgaila, P., Löpfe, S. (2021).
JAMESfocus – Rückblick auf ein Jahrzehnt Jugendmedienforschung. Zürich: Zürcher Hochschule für
Angewandte Wissenschaften.

Inhalt

1	Einleitung / Dank	1
2	Methoden	2
2.1	Statistische Analysen	2
3	Zehn wichtige Befunde des letzten Jahrzehnts	3
3.1	Wer bleibt am Ball?	3
3.2	Mediennutzung: Wo gibt es Veränderungen, wo Konstanten?	6
3.3	Knaben und Mädchen: unterwegs in anderen Medienwelten?	8
3.4	Macht Migrationshintergrund einen Unterschied?.....	10
3.5	Wie männlich ist Mediengewalt?	12
3.6	Wie viel Erotik darf es sein?	13
3.7	Schütten soziale Netzwerke die digitale Kluft zu?	15
3.8	Wo zeigen sich Anzeichen der digitalen Kluft?	16
3.9	Was erwarten Jugendliche von Apps?	18
3.10	Wie hat das Smartphone das Handyverhalten verändert?	21
4	Zusammenfassung und Diskussion	23
5	Literatur	26

1 Einleitung / Dank

2010 konnten wir zum ersten Mal über tausend Jugendliche in der Schweiz zu ihrem Medienverhalten befragen: Die **JAMES-Studie** war geboren. Seither durften wir in sechs Befragungswellen den Medienkonsum von knapp 6500 Schülerinnen und Schülern aufzeichnen. Anhand der Nutzungsdaten wird zum Beispiel das Aufkommen des Smartphones wie auch der Rückgang von verschiedenen nichtmedialen Tätigkeiten dokumentiert. Das Auftauchen von Streamingdiensten wie Netflix wird genauso abgebildet wie der Rückgang bei linearem TV und beim Radio. Die Schweizer Medienlandschaft und das Nutzungsverhalten haben sich im letzten Jahrzehnt stark verändert. Für den **vorliegenden JAMESfocus-Bericht** haben wir alle vorhandenen Daten aus den letzten zehn Jahren vertieft analysiert. Zum einen können wir so allgemeine Trends über den Zeitverlauf dokumentieren. Zum anderen haben wir die Zeitverläufe erstmalig auch gesondert über Subgruppen hinweg untersucht, so zum Beispiel über den **sozioökonomischen Status (SoS)**, das **Geschlecht** oder den **Migrationshintergrund**. Die Analysen ermöglichen einen verdichteten Einblick in die Materie, wodurch wir neue Erkenntnisse gewinnen konnten. Auf den nächsten Seiten präsentieren wir einige **ausgesuchte Ergebnisse**. Wir beschreiben, erörtern und interpretieren diese und versuchen sie in einen grösseren Kontext zu setzen. So knüpfen wir etwa unsere Befunde an gesellschaftliche Trends wie die fortschreitende **Individualisierung**, die stärkere **Konnektivität**, den **Gender Shift** oder den **Relationship Minimalism**. Auch werfen wir ein genaues Auge auf den **Digital Divide** (digitale Spaltung). Ebenfalls ist es uns ein Anliegen, die empirisch gewonnenen Erkenntnisse mit Befunden aus anderen Studien zu verknüpfen. Der **vorliegende Bericht** ist **keine allumfassende Rückschau**; für detaillierte Informationen lohnt sich weiterhin der Blick in die im Zweijahresrhythmus veröffentlichten Berichte zur JAMES-Studie.

Neben diesem Bericht sind 2021 noch zwei weitere JAMESfocus-Dossiers veröffentlicht worden.

Zum einen blickt dieser Bericht auf das **Informationsverhalten und das psychische Wohlbefinden von Jugendlichen während des ersten Schweizer Corona-Shutdowns** im Frühling 2020. Der Shutdown hatte massive Auswirkungen auf die gesamte Gesellschaft, auch auf die Freizeitgestaltung von Jugendlichen. Eine Pandemie geht mit einer Reihe von Belastungen einher und stellt Menschen vor grosse Herausforderungen. Der Umgang mit Ängsten und die Anwendung von Bewältigungsstrategien bei Jugendlichen wurden im entsprechenden Bericht untersucht.

Zum anderen haben wir einen Bericht rund um das Thema **Hate Speech** resp. **Hasskommentare** veröffentlicht. Darin wird untersucht, wie häufig Jugendliche mit unterschiedlichen Arten von Hate Speech konfrontiert werden. Auch Einstellungen und Motive in Bezug auf Hasskommentare werden beleuchtet. Ebenso werden Unterschiede hinsichtlich Geschlecht, Alter, Bildung oder Migrationshintergrund eruiert.

Ein herzliches Dankeschön geht hier an **Michael In Albon** und **Noëlle Schläfli** von **Swisscom**. Danke, dass ihr uns seit zehn Jahren unterstützt und JAMES die Stange hält. Wir erleben die Zusammenarbeit als sehr wertvoll und produktiv und hoffen auf weitere gemeinsame Jahre.

Vielen Dank auch an Eleonora Benecchi, Merita Elezi und Patrick Amey für das Gegenlesen der italienischen resp. der französischsprachigen Version dieses Berichts.

Dezember 2021
Fachgruppe Medienpsychologie der ZHAW

2 Methoden

2.1 Statistische Analysen

Alle Berechnungen erfolgten unter Berücksichtigung des komplexen Stichprobendesigns mit den Statistikprogrammen SPSS und R. Genauere methodische Hinweise sind im Bericht zur aktuellen JAMES-Studie zu finden (Bernath et al., 2020).

Für Jahresvergleiche auf der Ebene der Gesamtstichproben wurden Effektgrössen berechnet und in den Grafiken wie folgt mit Punkten gekennzeichnet.

Bezeichnung	Sym- bol	r-Klassifikation nach Gignac & Szodorai (2016)
kleiner Effekt	●○○	$0,10 \leq r < 0,20$
mittlerer Effekt	●●○	$0,20 \leq r < 0,30$
grosser Effekt	●●●	$r \geq 0,30$

In Zeitvergleichen auf der Ebene von Substichproben (Geschlecht, SoS oder Migrationshintergrund) wurden statistisch signifikante Unterschiede auf dem **1%-Niveau** markiert. **Jahr*** bedeutet dabei, dass der Haupteffekt «Zeit» signifikant ist, also, dass sich über die verschiedenen Erhebungen Veränderungen zeigen. **SoS***, **Geschlecht*** oder **Herkunft*** weisen auf signifikante Unterschiede in den entsprechenden Subgruppen hin. Der Begriff **Int*** schliesslich bedeutet, dass die Interaktion zwischen den beiden Variablen signifikant ist. Das wäre beispielsweise der Fall, wenn über die Zeit bei den Jungen eine Zunahme festgestellt wurde, während bei den Mädchen die Werte konstant blieben.

Da es sich dabei um ein **nicht hypothesengeleitetes** und somit um ein **exploratives Vorgehen** handelt, sind alle Befunde mit Bedacht zu interpretieren.

Der **sozioökonomische Status** (SoS) wird seit 2014 mit einer Skala erfasst, die auf der Family Affluence Scale basiert (Currie et al., 2008). Die Skala wurde im Verlauf der letzten sechs Jahren jeweils leicht verändert und weiterentwickelt. 2020 werden zur Berechnung des SoS folgende Variablen berücksichtigt: Anzahl Computer in der Familie, Anzahl Autos, Anzahl Ferienerreisen im letzten Jahr, Anzahl Badezimmer, Vorhandensein eines eigenen Zimmers

(Ja/Nein) und Konsum von Süssgetränken. Aus den z-transformierten Werten dieser sechs Variablen wurde ein Summenwert berechnet und anhand der Perzentile (20/60/20) wurden drei Stufen gebildet: tiefer, mittlerer und hoher SoS.

Um die **Herkunft bzw. den Migrationshintergrund** zu erfassen, wurden die Jugendlichen nach ihrer Staatsangehörigkeit gefragt. Jugendliche, welche die Schweiz als Herkunftsland angaben, wurden als Schweizerinnen oder Schweizer eingestuft, ungeachtet dessen, ob sie daneben noch eine zusätzliche Staatsbürgerschaft nannten. Jugendliche, die über keine Schweizer Staatsbürgerschaft verfügen, werden als Jugendliche mit Migrationshintergrund bezeichnet.

3 Zehn wichtige Befunde des letzten Jahrzehnts

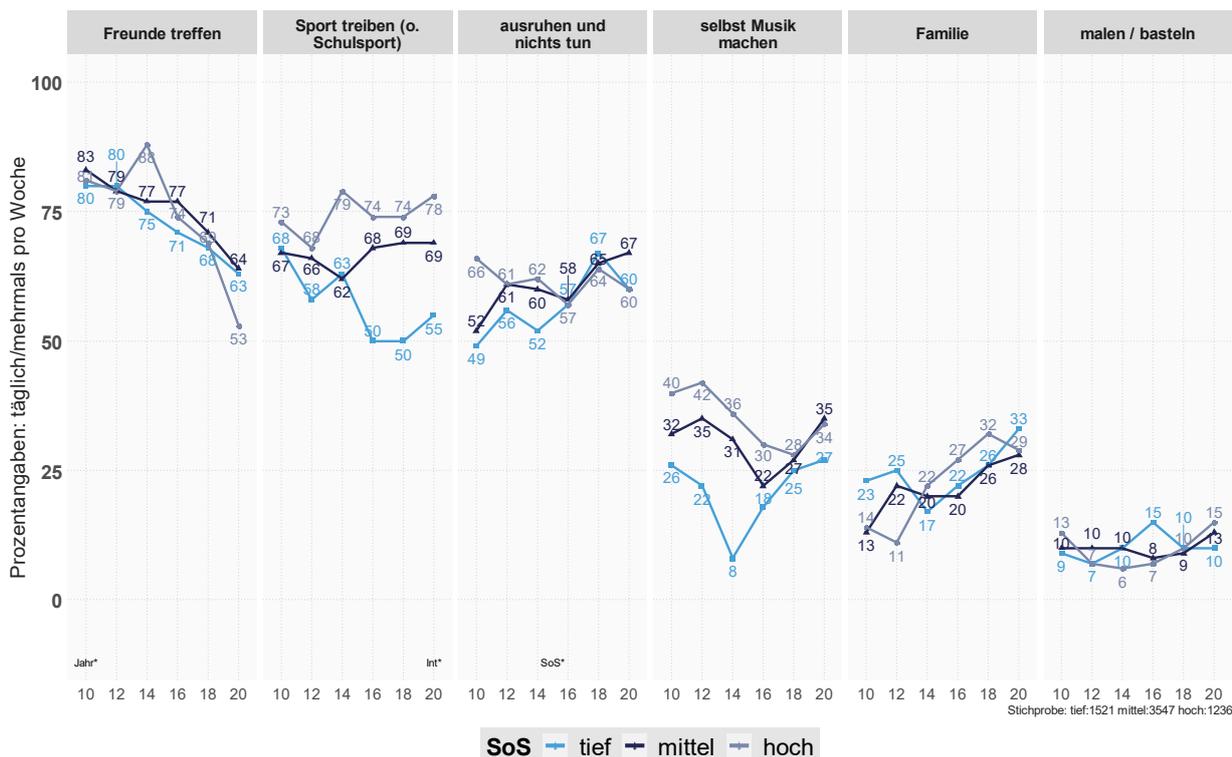
3.1 Wer bleibt am Ball?

Im Jahr 2020 hat sich zum ersten Mal die Rangfolge im nonmedialen Freizeitverhalten verändert. Bis 2018 war diese trotz immer geringer werdenden Abständen stabil. «Freunde treffen» befand sich bisher an der Spitze, gefolgt von «Sport treiben» und «sich ausruhen und nichts tun». Diese Aktivitäten sind nach wie vor bei vielen Jugendlichen die beliebtesten Tätigkeiten, die täglich oder mehrmals pro Woche ausgeübt werden, während «selbst Musik machen», etwas mit der «Familie» unternehmen sowie «malen und basteln» bei Jugendlichen weniger hoch im Kurs stehen. Dies ist nicht erstaunlich, wenn man bedenkt, dass die Ablösung von den

2020 stark eingeschränkt, was bei der Befragung der Jugendlichen stark zum Ausdruck kam. Die bisher am häufigsten genannte Beschäftigung «Freunde treffen» rutscht hinter die beiden Tätigkeiten «Sport treiben» und «ausruhen und nichts tun» (Bernath et al., 2020). Der Trend zu dieser Veränderung hat sich aber bereits früher angekündigt. Darüber ob und wie sich die Pandemie diesbezüglich auswirken wird, kann nur spekuliert werden.

Schaut man sich die einzelnen Freizeitaktivitäten an, lassen sich in den jeweiligen Grafiken einige signifikante Veränderungen feststellen. Beim Sporttreiben ausserhalb der Schule zeigt sich eine signifikante Veränderung bezüglich der sozialen Herkunft. Heranwachsende aus einem sozial schwächeren Umfeld treiben immer weniger oft Sport. Dieser Effekt ist bei den sozial besser gestellten Jugendlichen nicht vorhanden. Sie treiben ähnlich häufig Sport wie vor

Abbildung 1: Nonmediale Freizeitbeschäftigungen in Bezug auf den SoS



Eltern sowie die stärkere Beschäftigung mit der eigenen Entwicklung ein wichtiger Prozess in diesem Alter darstellt. Die bisherige Rangfolge hat sich jedoch seit der Befragung 2020 geändert. Besonders die beliebtesten nonmedialen Tätigkeiten wurden durch die Pandemie und speziell während des Shutdowns im Frühling

zehn Jahren. Die soziale Herkunft scheint somit über die Jahre eine immer stärker werdende Rolle zu spielen in der Frage, wie viel auch ausserhalb der Schule Sport betrieben wird. In der amerikanischen Studie von Hankonen et al. (2017) wird aufgezeigt, dass es in den USA seit jeher einen «Activity Gap» bezüglich des sozioökonomischen Status (SoS) gibt, dieser aber

seit den 1990er-Jahren spürbar ansteigt. Diese Entwicklung ist nun auch in der Schweiz sichtbar, was auch der Bericht «Sport Schweiz 2020» (Lamprecht et al., 2021) belegt. Die Bildung der Eltern wird dabei als etwas kleinerer Einfluss angeführt als die finanzielle Situation der Familie. Auch die Sportbegeisterung der Eltern überträgt sich auf die Jugendlichen. Zudem zeigt der Bericht auf, dass Kinder und Jugendliche ohne Migrationshintergrund mehr Sport treiben als solche mit Migrationshintergrund, wobei das Herkunftsland und die Dauer des Aufenthalts in der Schweiz eine wichtige Rolle spielen (Lamprecht et al., 2021). Auch der Bericht über die Resultate des Sportamt-Tests (SMBA) der Stadt Zürich können diese Befunde bestätigen (Gränicher, 2021). Bewegung und Gesundheit stehen in engem Zusammenhang. Für gesundheitsfördernde Präventions- und Interventionsansätze müssen sozioökonomische Ungleichheiten im Sport zukünftig verstärkt berücksichtigt werden.

Wie bereits erwähnt ist das Bedürfnis, Freunde zu treffen, für Jugendliche sehr gross, denn gemeinsam mit Gleichaltrigen können sie Autonomie und Selbstbestimmung entwickeln (Lüdeke, 2018). Somit ist es nicht erstaunlich, dass diese Freizeitaktivität von einem grossen Teil der Befragten regelmässig ausgeübt wird, und dies unabhängig vom SoS. Die Häufigkeit der Treffen nimmt jedoch über die Jahre ab. Im Jahr 2010 trafen sich ca. drei Viertel der befragten Jugendlichen fast täglich mit Freunden. Bis 2020 sank diese Zahl auf rund 60%. Der starke Rückgang 2020 der Treffen mit Freunden während der Corona-Pandemie mit dem zeitweiligen Shutdown ist auffällig, erklärt jedoch nicht die in dieselbe Richtung laufende Entwicklung über das Jahrzehnt hinweg.

Eine gegenteilige Entwicklung zeigt sich bei der Häufigkeit, mit der Jugendliche Zeit mit der Familie verbringen. Dies wird über die Jahre in der gesamten Stichprobe sichtbar, wobei sich über alle Gruppen des SoS hinweg eine parallele Entwicklung zeigt (Bernath et al., 2020). Das könnte auch in Zusammenhang stehen mit der abnehmenden Häufigkeit, mit der sich die Jugendlichen mit Freunden treffen. Neben der Möglichkeit, über Medien mit Freunden zu kommunizieren und diese in der Schule oder im beruflichen Umfeld zu treffen, geben Jugendliche an, dass es einfacher und bequemer sei, mit der Familie Zeit zu verbringen, und dass die hohen schulischen und beruflichen Ansprüche weniger

Zeit für ausserfamiliäre Tätigkeiten erlauben. Auch die innerhalb der Familie ähnlichen Interessen werden als Grund angegeben (Rüeggegger & Brauchli, 2019).

Ausruhen und nichts tun ist Jugendlichen nach wie vor sehr wichtig und scheint allgemein immer wichtiger zu werden, wobei hier die soziale Herkunft eine immer kleinere Rolle zu spielen scheint. Eine wachsende Anzahl Kinder und Jugendliche berichten von Stress (Albrecht et al., 2021). Das Bedürfnis, zu chillen und nichts zu tun, ist deshalb angesichts der digitalen Hochgeschwindigkeitsgesellschaft eine wichtige Strategie, um Energie tanken zu können (Grossegger, 2014). Dies bedeutet aber nicht, dass beim Ausruhen und Nichtstun gänzlich auf digitale Medien verzichtet wird. Neben Schlafen oder Zuhausesein wird das Konsumieren von Filme und Serien sowie Musikhören genauso als Mittel zur Erholung eingesetzt wie die Nutzung von Handy und Computer, wobei der Begriff «Chillen» auch im Zusammenhang mit Freunden verwendet wird (Berweger & Bischofberger, 2016).

Zwischen der ersten Erhebung und der Befragung von 2020 zeigt sich über die Jahre beim selber Musizieren keine signifikante Veränderung über die Gesamtstichprobe hinweg. Die Unterschiede zwischen den sozialen Gruppen scheinen aktuell weniger ausgeprägt als in früheren Jahren. Trotzdem geben immer noch weniger Jugendliche mit tieferem SoS an, häufig selbst Musik zu machen. Auch hier können finanzielle Faktoren ein Grund sein, weshalb sie weniger die Möglichkeit haben, selbst zu musizieren (Fischer, 2012), ähnlich wie bei der Ausübung von Sport ausserhalb der Schule. Trotz des Bundesbeschlusses über die Jugendmusikförderung 2012, der durch das Programm Jugend und Musik (J+M) ergänzt wird, beurteilt immer noch ein grosser Teil der Musikschulen die Chancengerechtigkeit als nicht erfüllt, was anlässlich einer Umfrage des BAK 2019 im «Bericht zur Umsetzung von Artikel 12a KFG» erwähnt wird (BAK, o. J.).

Malen und basteln bestimmt die Freizeitbeschäftigung von Jugendlichen am wenigsten, das hat sich in den letzten zehn Jahren nicht verändert. Trotz kleinen Schwankungen bei den Angaben zu den kreativen Tätigkeiten können dabei kaum soziale Unterschiede festgestellt werden. Kreative Prozesse verschieben sich jedoch insgesamt vom Buntstift hin zur digitalen

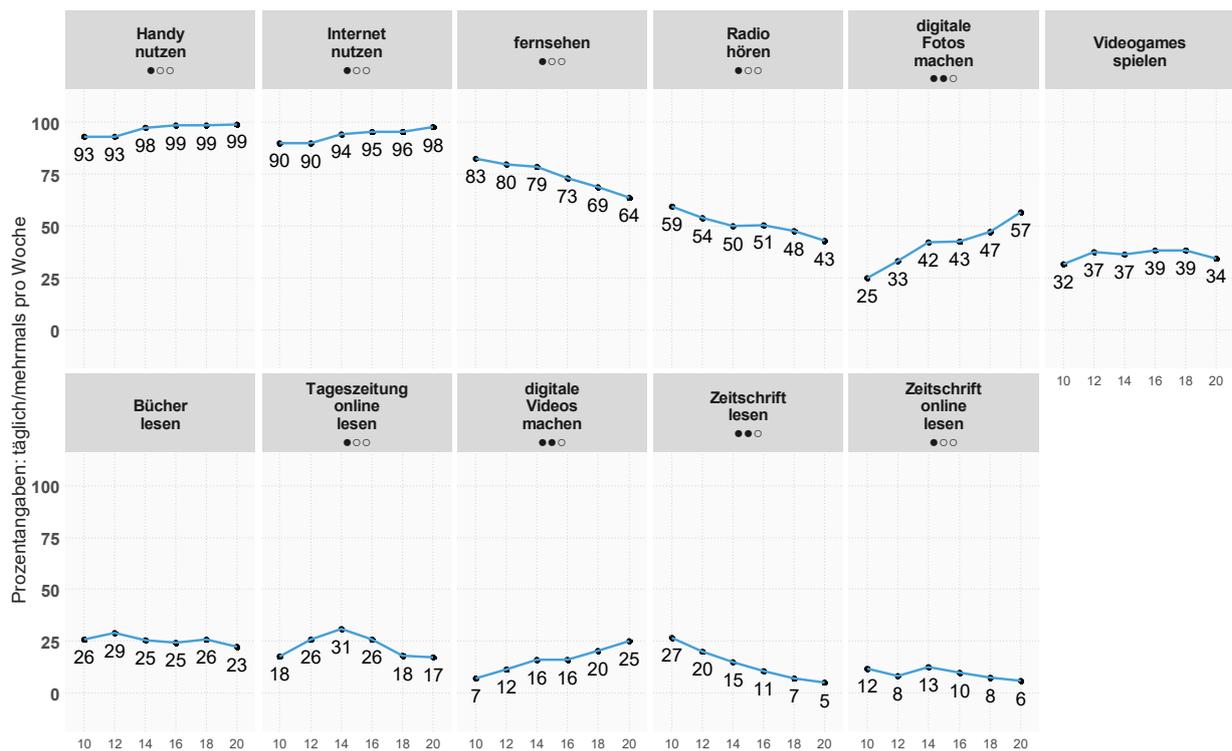
Werkzeugkiste, die auch in den sozialen Netzwerken rege genutzt wird, was beispielsweise durch die steigende Produktion eigener digitaler Videos und Fotos sichtbar wird (siehe nächstes Kapitel).

3.2 Mediennutzung: Wo gibt es Veränderungen, wo Konstanten?

Auf lange Sicht hat sich über das letzte Jahrzehnt hinweg manches im Medienmenü der Jugendlichen verändert. Einige Tätigkeiten werden heute intensiver ausgeübt, andere weniger. Und bei anderen zeigt sich eine erstaunliche Konstanz. Das Smartphone und das Internet als

Gründe hierzu sind vielfältig. So haben Radio und TV mit einer Vielzahl an Podcasts und verschiedenen Streaminganbietern wie Netflix und Co audio- und audiovisuelle Konkurrenz erhalten. Viele dieser Angebote richten sich explizit an ein junges Publikum und sind jederzeit und überall «on demand» abrufbar. Das gilt mittlerweile zwar zum Teil auch für Radio und TV, die unterschiedlichen Mediatheken kommen in der

Abbildung 2: Medientätigkeiten im Zeitverlauf



N: 6575
© 2021 ZHAW Medienpsychologie

solches werden heute intensiver genutzt als vor zehn Jahren, genauso wie Tätigkeiten, die stark mit der Verbreitung des Smartphones zusammenhängen, wie etwa Fotos oder Videos machen. Die Gründe dafür liegen zum einen in der hohen Smartphone-Penetrationsrate hierzulande. Pro Kopf ist mittlerweile im Schnitt mehr als ein Gerät aktiv in Gebrauch (BAKOM, 2021). Auch die Angebote der Mobile-Provider gehen sowohl bei der Telefonie als auch bei den mobilen Daten zunehmend stärker in Richtung Flatrate. Solche Fixtarife schützen im Gegensatz zu Volumentarifen vor unliebsamen Überraschungen am Monatsende, was bei eingeschränkten Budgets der Jugendlichen sicher einen wichtigen Aspekt darstellt. Im Unterschied zu Smartphone und Internet sinkt die Nutzungsintensität von klassischen elektronischen Medien wie Radio oder TV. Die

Nutzungsfreundlichkeit wie auch in der Angebotsbreite meist aber (noch) nicht an Podcast- oder Streaming-Portale heran. Auch textzentrierte publizistische Medien verlieren an Leserinnen und Leser. Diese stehen wohl vor allem im Wettbewerb zu sozialen Netzwerken und laufen bei vielen Jugendlichen den Zeitungen und Zeitschriften den Rang ab. Soziale Netzwerke liefern tagesaktuelle Nachrichten aus aller Welt wie auch aus dem persönlichen sozialen Umfeld via Feed frei Haus direkt aufs Smartphone (Eisenegger & Vogler, 2021).

Sehr grosse Beständigkeit ist bei Büchern und Games feststellbar. Diese beiden Gattungen halten sich über das Jahrzehnt hinweg in der Gunst der Jugendlichen erstaunlich konstant. Ein Grund dafür liegt wohl in der Art der Nut-

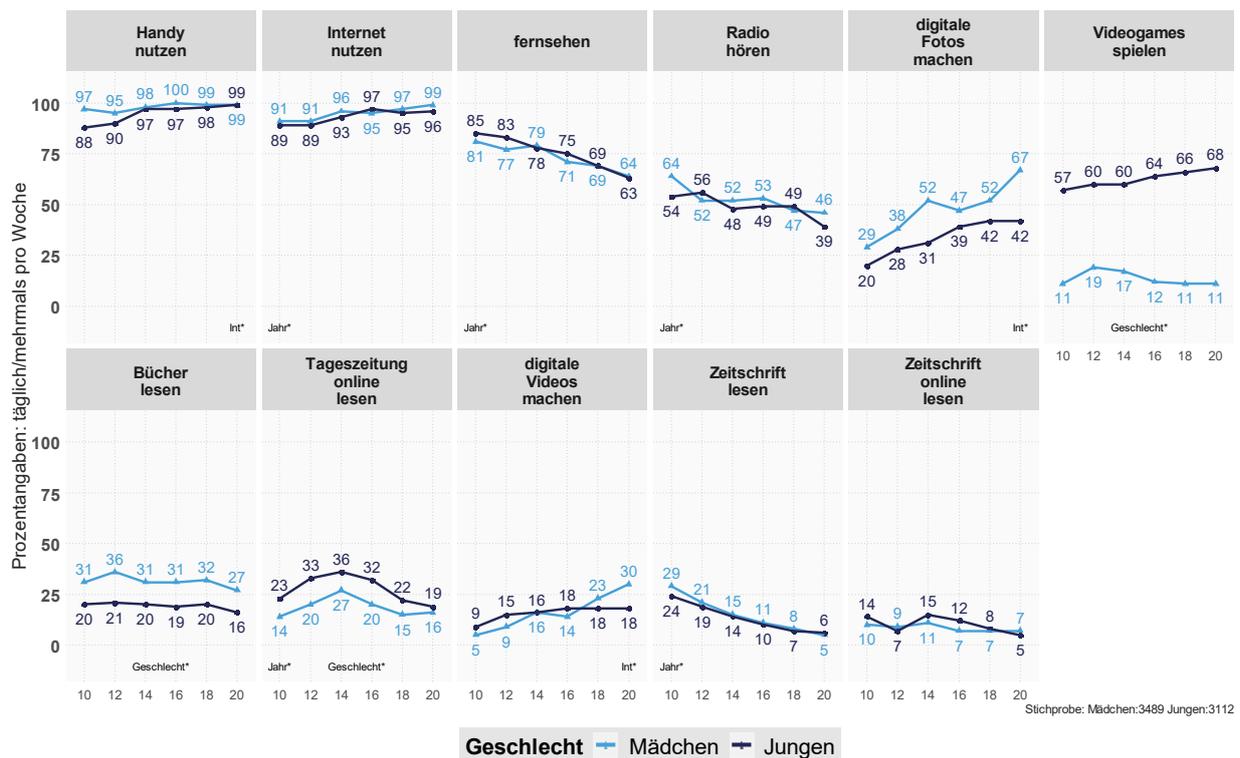
zung: Sowohl das Lesen von (fiktionalen) Büchern wie auch das Spielen von Games sind Tätigkeiten, die meist bewusst und gezielt für ein optimales Genusserlebnis ausgeführt werden. Um auf ein stimmiges Niveau zu kommen, muss offenbar ein gewisses Mass an (exklusiver) Zeit investiert werden (Bernecker & Becker, 2021). Das Zeitbudget zum Gamen hat sich in den letzten Jahren nicht gross verändert (vgl. Kapitel 3.4). Im Grossen und Ganzen stand Jugendlichen 2020 direkt auf dem Smartphone ein breiteres Informations- und Unterhaltungsangebot zur Verfügung als Gleichaltrigen vor einem Jahrzehnt. Um das breite Angebot persönlich gewinnbringend nutzen zu können und die richtige Wahl zu treffen, braucht es Auswahl-Kompetenzen. Gerade wenn es um das breite Informationsangebot geht, sind diese Fähigkeiten unabdingbar. Andernfalls sind der Falsch- oder gar der Desinformation Tür und Tor geöffnet (Waller et al., 2019). Aus psychosozialer Sicht führen die oben diskutierten Veränderungen und die vielfältige Erweiterung des Medienangebots zu einer immer stärkeren Individualisierung des Medienkonsums. Dies hat unter anderem zur Folge, dass Medieninhalte seltener gleichzeitig konsumiert werden. So findet die persönliche Anschlusskommunikation unmittelbar danach seltener statt.

3.3 Knaben und Mädchen: unterwegs in anderen Medienwelten?

Zu den stabilsten Befunden über die sechs Befragungswellen hinweg zählen manche Unterschiede zwischen den Geschlechtern. Ebenso gibt es aber auch Medientätigkeiten, deren Nutzungshäufigkeiten sich in Bezug auf das Geschlecht abweichend entwickelt haben. Sehr konstant über das Jahrzehnt hinweg sind

während eines Videogames stärkere Aktivitäten und funktionale Verbindungen im mesokortikolimbischen System aufweisen als Probandinnen. Diese Ergebnisse sind möglicherweise auf geschlechtsspezifische Differenzen beim kognitiven Zustand während des Spielens wie auch auf Unterschiede beim Erlernen von Belohnungswerten (z.B. stärkere Wettbewerbsorientierung) zurückzuführen (Hoeft et al., 2008).

Abbildung 3: Medientätigkeiten in Bezug auf das Geschlecht



die Geschlechterunterschiede beim Gamen, beim Lesen von Büchern und beim Lesen von Tageszeitungen auf Onlineportalen. Videogames waren schon seit Anbeginn stark von Männern dominiert. Kulttitel aus der Anfangszeit der Gattung wie «Pong», «Space Invaders», «Pac-Man», «Tetris» oder «Super Mario Bros» wurden allesamt von Männern kreiert und programmiert (Kent, 2001). Auch aus der Perspektive der Spielenden zeigten Knaben schon vor der Jahrtausendwende eine weitaus höhere Nutzungsintensität als Mädchen (Feierabend & Klingler, 1998). Das hat sich bis heute nicht verändert: Knaben sind von Games stärker fasziniert als Mädchen. Eine mögliche Erklärung dazu liefert eine FMRI-Studie aus dem Jahr 2008. Darin konnte aufgezeigt werden, dass männliche Probanden

Umgekehrt verhält sich die Situation beim Lesen von Büchern. Dort ist die Nutzungsintensität bei den Mädchen über das Jahrzehnt hinweg höher als bei den Knaben. Die Gründe dafür sind vielfältig. So sind Mädchen den Knaben schon im Vorschulalter sprachlich voraus: Sie sprechen früher, bilden früher komplexere Sätze und haben einen grösseren Wortschatz. Während der ganzen Schulzeit bleibt dieser Vorsprung bestehen, erst im Erwachsenenalter sind beide Geschlechter in ihren sprachlichen Kompetenzen wieder gleichauf (Hirnstain & Hausmann, 2010). Daneben lesen Knaben weniger freiwillig, weniger fiktionale Bücher und ziehen kürzere Texte vor (Uusen & Mürsepp, 2012). Auch hat eine britische Studie mit über hunderttausend Probanden gezeigt, dass Knaben weniger sorgfältig lesen. Sie überspringen

häufiger ganze Textpassagen, was sich negativ auf das Textverständnis und somit auch auf die Lesefreude auswirkt (Topping, 2015). Demgegenüber nutzen Knaben Portale von Tageszeitungen häufiger als Mädchen, was auf ein höheres Informationsbedürfnis in Bezug auf das tagesaktuelle Geschehen hinweist. Diesen Befund bestätigt eine aktuelle Reuters-Studie über neun Länder hinweg. Darin zeigt sich, dass das Interesse an tagesaktuellen News, aber auch an politischen News bei Frauen niedriger ist als bei Männern (Selva & Andi, 2020). Dieses reduzierte Interesse könnte seinerseits mit dem Gender Bias in den publizistischen Medien zusammenhängen: Ein überproportional grosser Anteil an Medienbeiträgen ist nach wie vor männlich geprägt (Rao & Taboada, 2021).

Interessant auch Befunde, bei denen Unterschiede zwischen den Geschlechtern aufgelöst oder akzentuiert wurden. So lagen die Knaben 2010 bei der Intensität der Handynutzung fast zehn Prozentpunkte hinter den Mädchen. Im Laufe des Jahrzehnts holten die Knaben auf und liegen mittlerweile gleichauf. Eine Bestätigung, dass das Mobiltelefon heutzutage für alle Jugendlichen unentbehrlich ist und komplett in den Alltag integriert wurde. Dies hängt wohl damit zusammen, dass immer mehr Funktionen und Dienste auf dem Gerät konvergieren.

Beim Fotografieren wird die Kluft zwischen Mädchen und Knaben tendenziell grösser, bei der Erstellung von Videos wurden die Knaben im Laufe des Jahrzehnts von den Mädchen ein- und überholt. Die Produktion von eigenen Bildern, seien sie still oder bewegt, wird immer stärker zur Domäne der Mädchen. Worin liegen die Gründe? Zum einen könnte ein Zusammenhang mit der Nutzung von sozialen Netzwerken bestehen. Bild- und videoorientierte Kanäle wie *Instagram*, *Snapchat*, *TikTok* oder *Pinterest* haben in den letzten Jahren einen Aufschwung erlebt. Zudem werden drei der vier oben genannten Plattformen häufiger von Mädchen als von Knaben genutzt (Bernath et al., 2020). Um an die wichtigste Währung der Netzwerke, die «Likes», zu gelangen, sind selbst produzierte Fotos und Videos ein probates Mittel (Rainie et al., 2012), sogar um den allenfalls daran gekoppelten Selbstwert zu erhöhen oder aufrechtzuerhalten (Stefanone et al., 2011). Zum anderen ist die Bedeutung von Selfies nicht zu unterschätzen. Diese bieten vielfältige Möglichkeiten, Strategien des Impression-Managements zu unterstützen. Mit

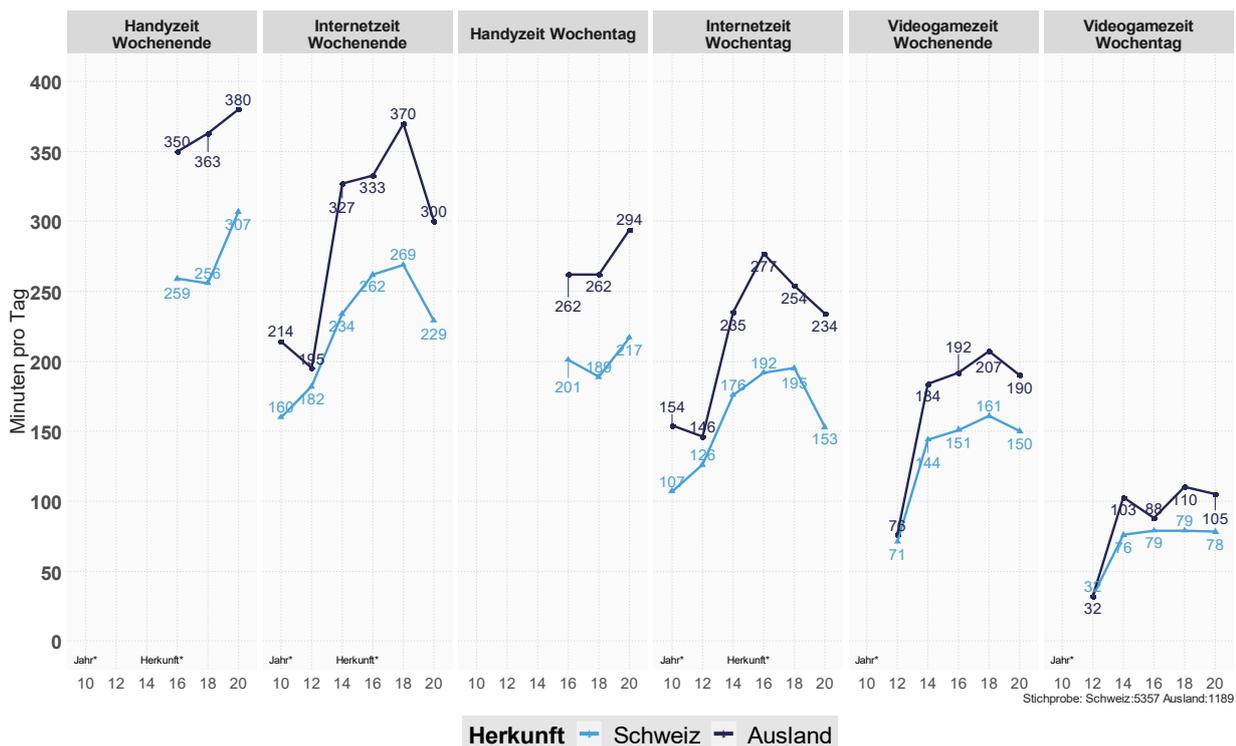
der richtigen Kameraeinstellung oder dem richtigen Filter können mit Selfies physische Attraktivitätsmerkmale ins gewünschte Licht gerückt werden (Makhanova et al., 2017), Attraktivitätsmerkmale, die für Jugendliche unter anderem Vorteile bei der Partnerwahl mit sich bringen (Yarosh, 2019). Neben diesen Identitäts- und Reputationsfunktionen von Fotos und Videos sollen kreative Aspekte nicht ausser Acht gelassen werden. Im Erstellen von Fotos und Videos und deren Nachbearbeitung steckt grosses schöpferisches Potenzial. Dies zeigt sich nicht zuletzt in den vielen kunstvollen Bildern und fantasievollen Videos, die von Jugendlichen täglich produziert und verbreitet werden.

3.4 Macht Migrationshintergrund einen Unterschied?

«Sag mir, woher du kommst, und ich sage dir, wie intensiv du Medien nutzt.» Ist diese Aussage bei Jugendlichen in der Schweiz gültig? In mehreren Bereichen der Mediennutzung lassen sich Unterschiede in den Gewohnheiten von Jugendlichen mit Migrationshintergrund und solchen mit Schweizer Hintergrund finden. Über die Jahre hinweg sind einige Abweichungen konstant geblieben, während andere zugenommen haben. Im Allgemeinen weisen Jugendliche aus Familien mit Migrationshintergrund höhere Mediennutzungszeiten auf als ihre Peers mit schweizerischem Hintergrund. Jugendliche mit Migrationshintergrund stammen in den Stichproben der JAMES-Studienreihe vor allem aus Spanien, Portugal, Südosteuropa und aus

schnitt über weniger Einkommens- und Bildungsressourcen verfügten und daher den Medien als Freizeitbeschäftigung mehr Gewicht zukomme. In Bezug auf die Mediennutzungszeiten muss jedoch festgehalten werden, dass sich mit dem sozioökonomischen Status in den JAMES-Studien-Daten keine statistisch signifikanten Unterschiede erklären lassen. Daher darf davon ausgegangen werden, dass die unterschiedlichen Funktionen der Medien für die Bezogenheit auf den kulturellen Hintergrund des Ursprungslandes der Familie und zum Heimatland Schweiz die Differenz eher erklären können (vgl. Zöllner, 2009). Dabei geht es bei Jugendlichen nicht nur um Kommunikation mit Familienangehörigen, sondern auch um die Markierung von Zugehörigkeiten im Rahmen der Sozialisation. Dass diese unterschiedlichen Mustern folgen kann, haben bereits Bonfadelli

Abbildung 4: Medienzeiten in Bezug auf die Herkunft



den Nachbarländern der Schweiz. Sie bilden also die Verhältnisse in der Gesamtbevölkerung weitgehend ab (Bundesamt für Statistik, 2022). An Elternbildungsanlässen oder an Fortbildungen mit Fachpersonen wird oft die Vermutung geäußert, dass in Familien mit Migrationshintergrund Medien intensiver genutzt werden, weil liberalere Medienerziehungsvorstellungen dominant seien oder weil die Familien im Durch-

et al. (2008) aufgezeigt. Einige Jugendliche mit Migrationshintergrund nutzen bewusst Medienangebote aus dem Ursprungsland der Familie, um ihre kulturelle Identität zu bekräftigen, während andere sich bewusst mit den Mainstreamgewohnheiten in der Schweiz identifizieren, um ihre Zugehörigkeit zu den Schweizer Peers zu betonen. Wiederum andere nutzen beide Medien- und Kommunikationsbereiche gleich

stark, weil sie sich in beiden kulturellen Kontexten zu Hause fühlen und dies auch sichtbar machen möchten. Insgesamt ist also der symbolische Gehalt der Medien- und Kommunikationsangebote für Jugendliche mit Migrationshintergrund vielfältiger als für die anderen Jugendlichen. Nicht nur Medienpräferenzen, sondern auch die eigene Gestaltung von Inhalten in sozialen Netzwerken, wie zum Beispiel Selfies mit Symbolen aus dem Ursprungsland der Familie, werden eingesetzt, um die mehrkulturelle Identität auszudrücken (vgl. Kramer, 2020).

Ein Indikator in diesem Kontext ist die durchschnittliche Zeit, die Jugendliche mit verschiedenen Medien verbringen. In den Trendanalysen werden die selbst eingeschätzte Handyzeit, die Internetzeit und die Zeit mit Videogames an Wochentagen und Wochenenden verglichen. Zunächst einmal fällt auf, dass über alle Fragen hinweg Jugendliche mit Migrationshintergrund tendenziell höhere Zeiten angeben als die Schweizer Jugendlichen. Bei der Videogamezeit haben 2012 die beiden Gruppen gleich hohe Zeiten genannt, danach haben die Zeiten unterschiedlich stark zugenommen, sodass sie dem Muster der Handy- und Internetzeit nahekomen. Die Trends bei den Jugendlichen mit und ohne Migrationshintergrund verlaufen jeweils parallel, aber auf unterschiedlichem Niveau. Die höheren Zeiten bei Handy und Internet können mit den vielfältigeren Funktionen der Mediennutzung bei Jugendlichen mit Migrationshintergrund erklärt werden. Gerade auch während des Shutdowns von 2020 wurde die Mobilkommunikation zentral, um sich über die Entwicklungen in verschiedenen Regionen der Welt auf dem Laufenden zu halten und um mit Familienangehörigen und Freunden zu kommunizieren. Statistisch signifikant zeigen sich primär die Unterschiede in der Zeit, die wochentags im Internet verbracht wird. Dass diese geschätzte Zeit trotz steigender Smartphone-Nutzung seit 2016 zurückgeht, dürfte damit zusammenhängen, dass manche Jugendliche unter «Internetnutzung» das Onlinegehen via Computer oder Tablet verstehen, während sie sich beim Smartphone zunehmend weniger bewusst sind darüber, wann sie mit einer App eine Internetverbindung herstellen. Das Smartphone ist immer mehr zum zentralen Gerät geworden, um ins Netz zu gehen, bei Jugendlichen mit Migrationshintergrund noch ausgeprägter als

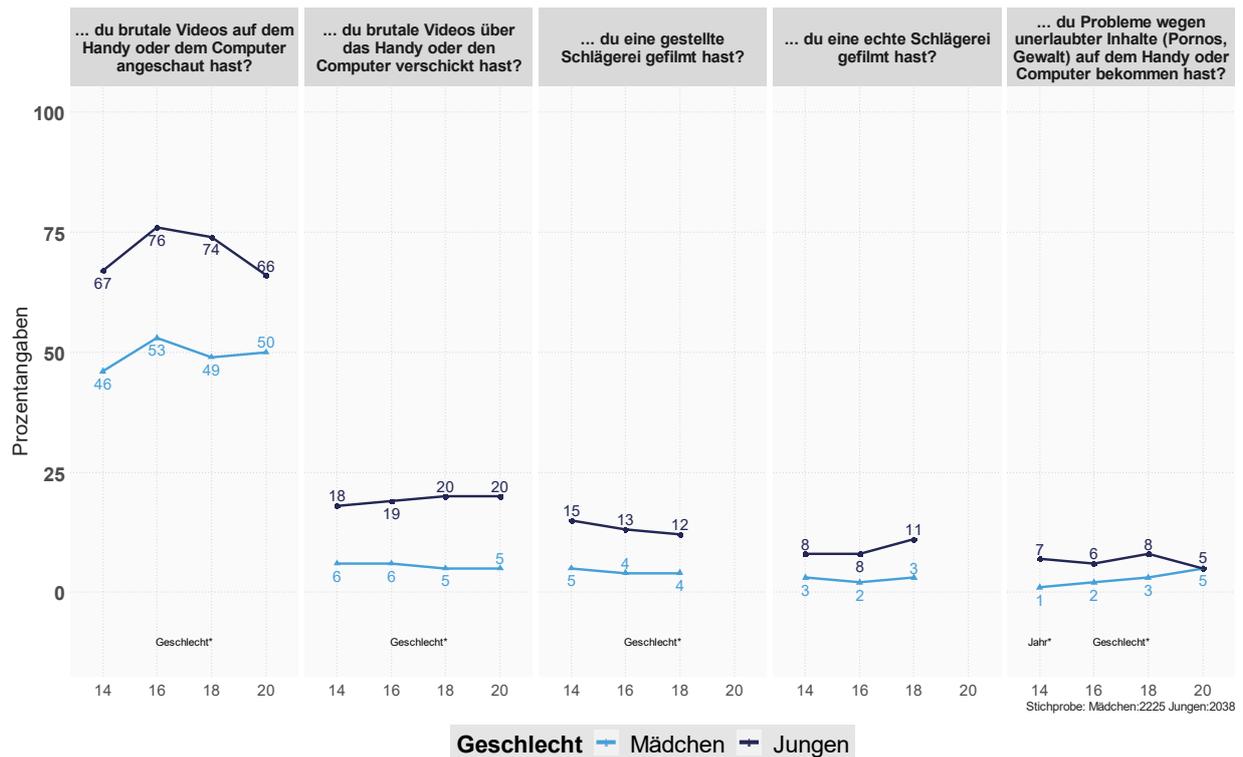
bei Schweizer Jugendlichen. Zugleich verschwindet das Bewusstsein, dass man damit meist eine Internetverbindung herstellt. An den Wochenenden sind die Nutzungszeiten in allen Bereichen höher als an Wochentagen. Die Unterschiede zwischen den beiden Gruppen verlaufen nach dem gleichen Muster wie unter der Woche. Was auffällt, ist, dass insbesondere Schweizer Jugendliche während des Shutdowns von 2020 den grössten Sprung in der Handyzeit am Wochenende gemacht haben, diese Zeiten aber immer noch deutlich unter denen der Jugendlichen mit Migrationshintergrund liegen. Die Pandemie hat Jugendliche in ihrer Freizeitgestaltung und in ihren persönlichen Kommunikationsmöglichkeiten mit Peers so stark eingeschränkt, dass sie das Handy zum Ausgleich intensiver genutzt haben. Es lässt sich vermuten, dass die Jugendlichen noch stärker unter den pandemiebedingten Einschränkungen gelitten hätten, wenn nicht ihr Smartphone für Vernetzung und Ablenkung gesorgt hätte. Für Jugendliche mit Migrationshintergrund waren zudem die Sorgen um Freunde und Verwandte im Ursprungsland der Familie und das Bedürfnis nach Informationen via soziale Netzwerke über weltweite Entwicklungen besonders bedeutsam.

3.5 Wie männlich ist Mediengewalt?

Für Jugendliche ist die Auseinandersetzung mit ihrer Geschlechtsidentität eine wichtige Entwicklungsaufgabe. Ein Ort, an dem Männlichkeit und Weiblichkeit unter anderem ausgehandelt wird, ist der Umgang mit Mediengewalt.

Spielfilmgenres eher als Mädchen, und Schlägereien werden in Peergroups, die sich an einem stereotypen Rollenbild orientieren, als Ausdruck von Männlichkeit, Risikobereitschaft und Durchsetzung erlebt. Zudem ist das Teilen von massiv gewalthaltigen oder gar illegalen Inhalten unter männlichen Jugendlichen ein Be-

Abbildung 5: Kontakt mit Mediengewalt in Bezug auf das Geschlecht. Ist es schon vorgekommen, dass...



War es früher vor allem die Nutzung von Spielfilmen am Fernsehen, per Video oder im Kino, so sind in den letzten Jahren zunehmend Handy, Computer oder Gamekonsole zum Ort der Nutzung audiovisueller Gewalt geworden (Kunczik, 2017; Slater, 2003). Und die Jugendlichen sind nicht mehr nur zu Konsumenten, sondern auch zu Vermittlern oder gar Produzenten von Gewaltdarstellungen geworden. Anhand von fünf problematischen Nutzungsformen kann aufgezeigt werden, wie sich das Verhalten von männlichen und weiblichen Jugendlichen in diesem Bereich entwickelt hat. An manchen Punkten zeigt sich Konstanz in den Erfahrungen der Jungen und Mädchen, an einzelnen Punkten nähern sich die Geschlechter an. Auf Anheb sichtbar ist, dass Jungen deutlich öfter als Mädchen brutale Videos oder Videos mit echten Schlägereien konsumieren oder weiterversenden. Sie mögen gewalthaltige

weiss für Zugehörigkeit und gegenseitiges Vertrauen und markiert auch eine Abgrenzung zu aussenstehenden Peers oder Erwachsenen. Es wird aber auch sichtbar, dass es sich dabei um einen kleinen Anteil aller Jugendlichen handelt und dass der Konsum von Mediengewalt insgesamt konstant bleibt, sowohl bei Jungen wie auch bei Mädchen.

Bei der Frage, ob sie schon mal Probleme wegen unerlaubter Inhalte auf dem Handy oder Computer gehabt hätten, haben Jungen und Mädchen auf tiefem Niveau einen Gleichstand erreicht. 95% hatten nie Probleme, 5% hingegen schon. Die Annäherung der Geschlechter dürfte weniger mit Gewaltdarstellungen als mit dem Umgang mit Pornographie und erotischem Posing von Minderjährigen resp. mit Sexting zu tun haben, wie im nächsten Kapitel sichtbar wird.

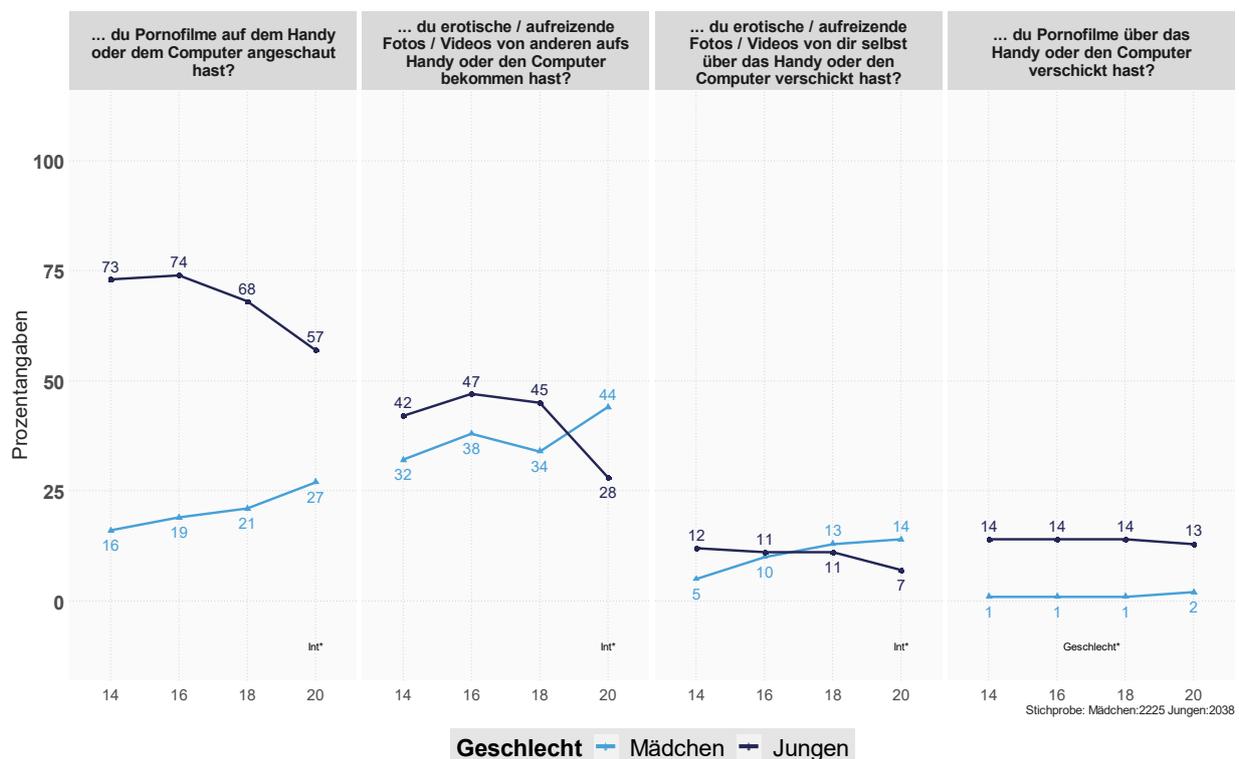
3.6 Wie viel Erotik darf es sein?

Sexualität ist ein wichtiges Thema für Jugendliche, ihre Körper verändern sich und die Hormone spielen verrückt. Im Verlauf der Jahrzehnte hat sich der Umgang mit diesem Thema stark verändert, und gerade in den letzten Jahren gab es viele gesellschaftliche Entwicklungen, die dazu beigetragen haben, dass Tabus langsam abgebaut wurden (Büttner, 2019). In der JAMES-Studie wurde seit Beginn nach dem Konsum von pornografischen Inhalten gefragt. Für die dritte Durchführung wurden die Fragen angepasst, so dass die heutige Rückschau auf die Jahre 2014 bis 2020 beschränkt wird. Die Geschlechterunterschiede beim Konsum von Pornofilmen – nicht aber beim Versenden von Pornofilmen – haben sich seit 2014 stark verändert. Bei den Jungen nimmt der Konsum ab, Mädchen hingegen geben stetig häufiger an, Pornofilme auf dem Handy oder Computer anzuschauen, wobei die Knaben insgesamt im-

den Interpretationen der Entwicklungen grösstenteils als Hypothesen und Vermutungen formuliert werden.

Die Angleichung der Geschlechter in Sachen Pornokonsum kann unterschiedliche Gründe haben. Jugendliche werden heute weniger schambehaftet über Sexualität aufgeklärt als früher, und durch die Emanzipation der Frau lernen Mädchen immer stärker, dass ihre Bedürfnisse das gleiche Gewicht haben wie die der Jungen. Filme wie #FEMALE PLEASURE (Miller, 2018) sind ein Zeichen für diese gesellschaftliche Entwicklung. Auch die Pornoindustrie hat die Frauen als Zielgruppe erkannt und produziert laut Bauder & Hajok (2019) vermehrt «female-friendly» Material. Diese Entwicklung könnte einen Effekt auf junge Frauen haben. Ein weiterer möglicher Grund für die Veränderungen liegt in der Methode: Die Erhebung von 2020 wurde aufgrund der Pandemie online durchgeführt. Dadurch reduzierten sich bei einem intimen Thema wie Pornografie wohl in

Abbildung 6: Erotische Inhalte in Bezug auf das Geschlecht. Ist es schon vorgekommen, dass...



mer noch deutlich höhere Werte ausweisen. Die Forschung rund um Pornografie entwickelt sich nur langsam. Dies führt dazu, dass es noch wenige aktuelle Forschungsergebnisse gibt, die sich mit den vorliegenden Daten vergleichen lassen. Aus diesem Grund müssen die folgen-

beiden Richtungen Effekte der sozialen Erwünschtheit: Jungen mussten weniger vor ihren Kollegen prahlen (wie bei den Befragungen im Feld immer wieder beobachtet wurde), und Mädchen trauten sich eher anzukreuzen, dass sie sich auch schon Pornofilme angeschaut hätten. Büttner (2019) beschreibt, dass sie bei der

Auswertung von Forumsbeiträgen zu Pornografie weniger ausgeprägte Geschlechterunterschiede finden konnte, als dies bei der direkten Befragung von Jugendlichen und jungen Erwachsenen der Fall ist. Auch Döring (2013) konnte dies schon aufzeigen.

Mehr als nur eine Angleichung bei den Geschlechtern gab es hinsichtlich Erhalt und Versand von erotischen oder aufreizenden Fotos bzw. Videos von sich selbst. Die Mädchen haben hier die Jungen überholt. Bei den beiden Aspekten geht es einerseits um klassisches Sexting, aber auch um erotische Posen für Profile von sozialen Netzwerken, auch viele Tänze auf *TikTok* zeigen sexualisierte Gesten zu oft in nicht jugendfreien Kontexten. Sexting wird grösstenteils innerhalb von bestehenden Beziehungen betrieben oder teilweise als Versuch, eine Beziehung zu initiieren (Pro Juventute, 2022). Die Zunahme von Sexting bei den Mädchen liegt möglicherweise darin begründet, dass sich auch heterosexuelle Mädchen gegenseitig aufreizende Fotos zuschicken. Das Motiv dahinter könnte im Einholen von Bestätigung und sozialer Anerkennung liegen. Body Positivity war in den letzten Jahren diesbezüglich ein wichtiges Schlagwort. Gerade *Snapchat* wird von den Jugendlichen gerne für solche Fotos verwendet, da diese nicht automatisch in der Fotogalerie des Empfängergeräts landen. Das Versenden von aufreizendem Bildmaterial von Mädchen unter sich würde auch erklären, warum mehr Mädchen sowohl Senderinnen als auch Empfängerinnen solcher Bilder und Videos sind. Ein möglicher Grund für den Rückgang bei den Jungen liegt vielleicht im gesteigerten Bewusstsein für unerwünschtes Bild- und Videomaterial, das insbesondere auch im Rahmen der *#metoo*-Bewegung entstanden ist. Hierzu gehört auch eine erhöhte Sensibilisierung, dass unaufgefordertes Sexting (z.B. sogenannte *DickPics*) eine Form von sexueller Belästigung darstellen. An dieser Stelle sei angemerkt, dass solches Bildmaterial, das von Minderjährigen produziert wird, illegal sein kann und unter Kinderpornografie fällt. Deshalb ist es wichtig, den Jugendlichen im Rahmen von Medien- und Sexualpädagogik eine solche Sensibilisierung zu vermitteln (SKPPSC Schweizerische Kriminalprävention, 2022). Eine weitere Hypothese zur Erklärung der positiven resp. negativen Verstärkung dürfte sein, dass aufreizende oder erotische Postings auf Social Media von Jungen weniger Likes erhalten als solche von Mädchen,

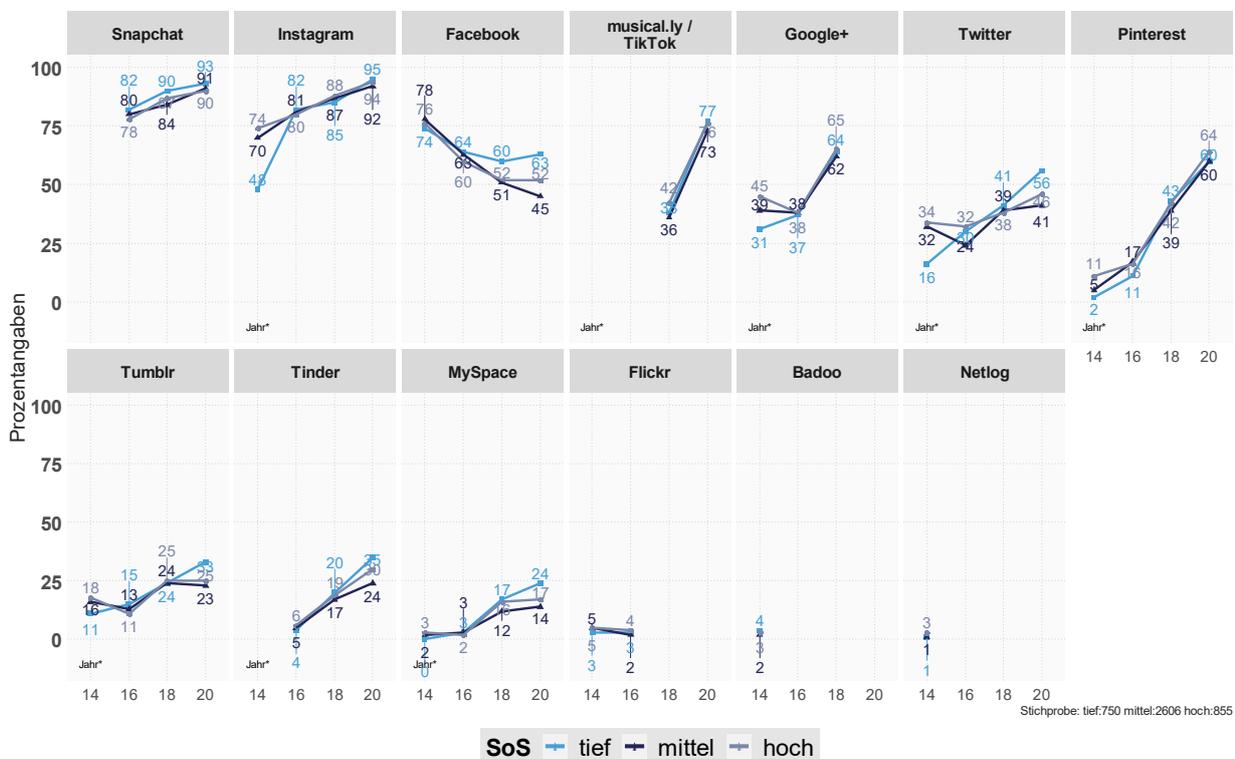
was wiederum dazu führen kann, dass Jungen immer weniger und Mädchen immer mehr solche Posts machen.

3.7 Schütten soziale Netzwerke die digitale Kluft zu?

In den letzten zehn Jahren nahm der Anteil an Jugendlichen, die über ein Profil bei einem sozialen Netzwerk verfügen, stetig zu. Lediglich bei *Facebook* hat ein immer kleinerer Teil der Jugendlichen ein Profil. Je jünger die Jugendlichen, desto kleiner ist der Anteil an *Facebook*-Nutzenden (Bernath et al., 2020). Im Vordergrund steht für Heranwachsende vor allem die Nutzung von *Snapchat*, *Instagram* und *TikTok*. Auffallend ist der steile Anstieg von *TikTok* innerhalb der letzten zwei Jahre.

restlichen Netzwerken zeigt sich kein signifikanter Unterschied zwischen Jugendlichen mit einem tiefen, mittleren oder hohen SoS. Auch im Verlauf der letzten zehn Jahre lässt sich keine auffällige Differenz zwischen den drei Stufen finden. Der fehlende Unterschied könnte mit der kostenfreien Nutzung der Netzwerke erklärt werden. Bei der Erstellung und Nutzung eines Profils entstehen den Jugendlichen keine monetären Kosten. Viel eher bezahlt man mit dem Offenlegen von persönlichen Daten bei der Registrierung und Nutzung der Plattformen. Weitere Gründe liegen in der hohen Verbreitung von Handys und der flächendeckenden Verfügbarkeit von Breitbandinternet. Fast alle Jugend-

Abbildung 7: Profile bei sozialen Netzwerken in Bezug auf den SoS



Im Zusammenhang mit der Internetnutzung wird oft der Aspekt der digitalen Ungleichheit diskutiert. Die allgemeine Internetnutzung in der Schweiz hängt mit dem sozioökonomischen Status (SoS) zusammen. Haushalte mit höherem SoS haben häufiger einen Zugang zum Internet (Latzer et al., 2017). Diese soziale Kluft wird auch «Digital Divide» genannt. In Bezug auf die Nutzung von sozialen Netzwerken kann diese Tendenz aber nicht aufgezeigt werden. Im Gegenteil: Die Nutzung von *Facebook* im Jahre 2020 ist bei Personen mit einem tiefen SoS signifikant höher als bei Personen mit einem hohen SoS (Bernath et al., 2020). Bei den

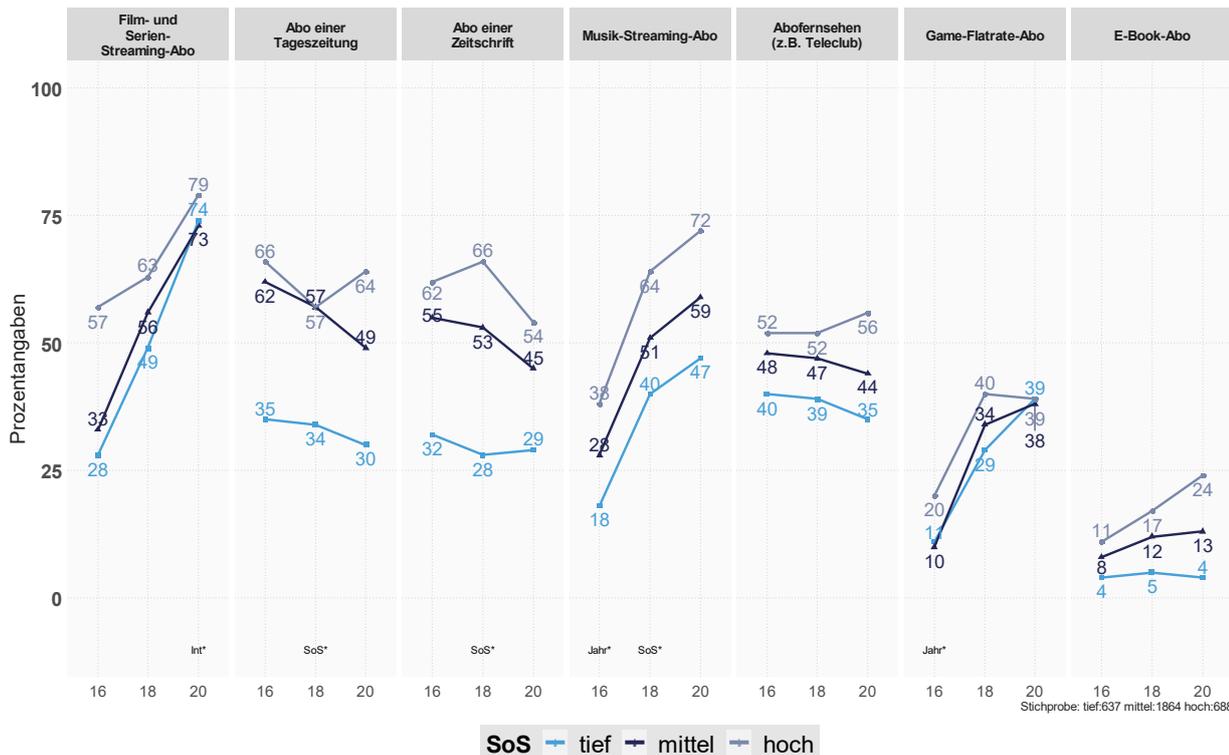
lichen nutzen das Handy und das Internet regelmässig – unabhängig von ihrem SoS (Bernath et al., 2020). Die «kostenfreie» Nutzung und die allen zugängliche nötige Infrastruktur wirken ausgleichend, so dass in dieser Altersgruppe nicht von einer «digitalen Kluft» auf sozialen Netzwerken gesprochen werden kann. Soziale Netzwerke sind also über alle Schichten hinweg für Jugendliche relevant.

3.8 Wo zeigen sich Anzeichen der digitalen Kluft?

Während die Verfügbarkeit von sozialen Netzwerken nicht in Abhängigkeit vom SoS der Jugendlichen zu stehen scheint (siehe Kap. 3.7), so zeigt sich in Bezug auf kostenpflichtige An-

gebote, so zeigen sich bei der Erhebung 2020 kaum noch Unterschiede. Dies könnte zum einen auf die soziale Relevanz der Dienste verweisen: Ähnlich wie bei einem Smartphone könnte ein gewisser Druck entstehen, über solche Angebote zu verfügen, um am sozialen Alltag teilnehmen und sich über aktuelle Serien

Abbildung 8: Medienabonnements im Haushalt in Bezug auf den SoS



© 2021 ZHAW Medienpsychologie

gebote ein anderes Bild. Die Hoffnung, dass durch die flächendeckende Verfügbarkeit des Internets soziale Ungleichheiten ausgeglichen und allen die gleichen Möglichkeiten eröffnet werden können, lassen sich nicht vollumfänglich stützen. Wie in anderen Studien (Büchi, 2018; Festic et al., 2021; Latzer et al., 2021) zeigt sich auch hier, dass online eine gewisse Kluft bzw. ein «Digital Divide» besteht. Je nach sozialer Herkunft sind demnach verschiedene Angebote weniger verfügbar (first-level digital divide) oder werden aufgrund geringerer Kompetenzen weniger gewinnbringend genutzt (second-level digital divide) (Hargittai, 2002). In Bezug auf die Nutzung von Abo-Angeboten zeigen sich diesbezüglich unterschiedliche Trends. Beinahe alle Angebote sind seit 2016 in Haushalten mit höherem SoS eher vorhanden als in solchen mit tieferem SoS. Lediglich bei den Film- und Serien-Streaming-Abos zeigt sich über die Jahre hinweg eine signifikante Annäherung. Waren diese 2016 noch sehr ungleich

und Filme austauschen zu können (Weber, 2015). Dies zeigt sich zumindest insofern, als dass in den letzten beiden JAMES-Erhebungen (2018 und 2020) mit *Casa de Papel* eine auf *Netflix* abrufbare Produktion als beliebteste Serie genannt wurde. Auch neuere Trends um die koreanische Serie *Squid Game* lassen vermuten, dass Streamingdienste vermehrt eine wichtige Rolle für gesellschaftliche Anschlusskommunikation spielen. Der Aspekt, dass die meisten dieser Streaming-Abos geteilt werden können und mehreren Personen zeitgleichen Zugriff erlauben, könnte die Verbreitung in Familien mit tieferem SoS ebenfalls begünstigt haben. Zum anderen könnte hier auch die Coronapandemie eine Rolle gespielt haben. Die Datenerhebung der JAMES-Studie 2020 fand während der ersten Corona-Welle statt, in der sich die Schweiz in einem Shutdown befand und die Schulen grösstenteils geschlossen waren (Bundesamt für Gesundheit, 2020a; Bundesamt für Gesundheit, 2020b). Aufgrund der

Einschränkungen verbrachten die Jugendlichen wie auch deren Familien mehr Zeit zuhause, was mutmasslich dazu führte, dass mediale Unterhaltungsangebote an Relevanz gewannen (Bernath et al., 2020). Dass sich keine vergleichbaren Effekte bei den Musik-Streaming-Abos oder den E-Book-Abos zeigen, scheint im ersten Moment überraschend. Auch die Verbreitung von Musik-Streamingdiensten stieg seit 2016 signifikant an, jedoch je nach SoS auf unterschiedlichem Niveau. Es fand hier also keine Angleichung statt. Dies lässt sich wohl damit erklären, dass für einzelne Dienste wie *Spotify* eine kostenlose Version verfügbar ist, die sich über Werbung finanziert (spotify.com, 2021). Zusätzlich kann ein Grossteil von Musikangeboten auch kostenlos über Videoportale wie *YouTube* konsumiert werden. Somit ist hier ein kostenpflichtiges Angebot einfacher zu umgehen. In Bezug auf die E-Book-Abos zeigen sich keine signifikanten Unterschiede über die Jahre hinweg, auch nicht in Bezug auf den SoS. Das Bücherlesen allgemein zählt seit Jahren zu den beständigsten Medientätigkeiten (siehe Kapitel 3.2) und unterscheidet sich auch nicht nach SoS der Jugendlichen. Ein sehr auffälliger Unterschied zeigt sich jedoch hinsichtlich der Verfügbarkeit von Zeitschriften- und Tageszeitungs-Abos. Seit der erstmaligen Erhebung 2016 sind diese in Haushalten mit geringerem SoS weniger verbreitet als in solchen mit höherem SoS. Hier zeigen sich zum einen Effekte eines klassischen first-level digital divide, also kostenbedingte Barrieren beim Zugang zum Angebot. Zum anderen können auch Ungleichheiten in Bezug auf eine weniger gewinnbringende Nutzung angenommen werden (second-level digital divide). Bereits 1970 prägten Tichenor & Kollegen den Begriff der Wissenskluff (Knowledge Gap) und argumentierten, dass Personen mit höherem SoS sich massenmediale Informationen schneller aneigneten als solche mit niedrigerem SoS und sich so bestehende Ungleichheiten vergrösserten (Tichenor et al., 1970). Auch wenn die Schweizer Bevölkerung heutzutage Nachrichten allgemein verstärkt online über Newsportale oder soziale Netzwerke konsumiert (Forschungszentrum Öffentlichkeit und Gesellschaft, 2021), so scheint sich diese Informationskluff dennoch nicht zu schliessen. Denn auch das Internet wird zu Informationszwecken weniger intensiv von Personen mit niedrigerem SoS genutzt (Festic et al.,

2021). Es stellt sich die Frage, welche Auswirkungen diese ungleiche Teilhabe an der Informationsgesellschaft mit sich bringt. Gerade in Zeiten von Falschmeldungen und Verschwörungstheorien sind sowohl der Zugang zu qualitativ hochwertigen und vertrauenswürdigen Nachrichtenangeboten als auch die Förderung von Nachrichtenkompetenzen von zentraler Bedeutung und sollten jedem Individuum unabhängig von seinem sozialen Status zur Verfügung stehen.

3.9 Was erwarten Jugendliche von Apps?

Der Besitz eines persönlichen Smartphones erlaubt es, aus einem stetig wachsenden Angebot einzelne Anwendungen nach Belieben herunterzuladen und individuell zu kombinieren. 2012 wurden die Jugendlichen zum ersten Mal gebeten, ihre drei Lieblingsapps auf dem Smart-

mit der vorliegenden Analyse nicht abschliessend beantwortet werden. Eine aktuelle Schweizer Studie (Hüttermann, 2021) zeigt zumindest, dass gesamtgesellschaftlich gesehen das Smartphone das beliebteste Gerät ist, wenn es um Gaming geht. Die Popularität von *Brawl Stars* kann unter anderem darauf zurückgeführt werden, dass das Spiel exklusiv auf dem Smartphone verfügbar und darauf leicht zu

Abbildung 9: Beliebtestes Smartphone-Apps im Jahr 2012



phone anzugeben. Apps mit mindestens fünf Nennungen werden seither jeweils anhand einer Wordcloud abgebildet, in der häufigere Angaben grösser und seltenere Angaben kleiner dargestellt sind. Ein Vergleich von 2012 und 2020 lässt neben wesentlichen Veränderungen auch bemerkenswerte Konstanten erkennen. Auffällig ist, dass **Games** heute im Vergleich zu früher seltener zu den favorisierten Apps auf dem Smartphone zählen. Während 2012 eine diverse Bandbreite an Spielen wie zum Beispiel *Angry Birds*, *Draw Something* oder *FIFA12* mindestens fünf Mal genannt wurden, trifft dies 2020 nur noch für das multiplayerbasierte Battle-Game *Brawl Stars* zu. Das bedeutet keinen Rückgang der Relevanz dieser medialen Freizeitaktivität – der Anteil an Heranwachsenden, die regelmässig gamen, hält sich seit 2010 auf konstantem Niveau (siehe Kapitel 3.2). Die Frage, ob Smartphone-Games unter Jugendlichen tatsächlich an Beliebtheit verlieren, kann

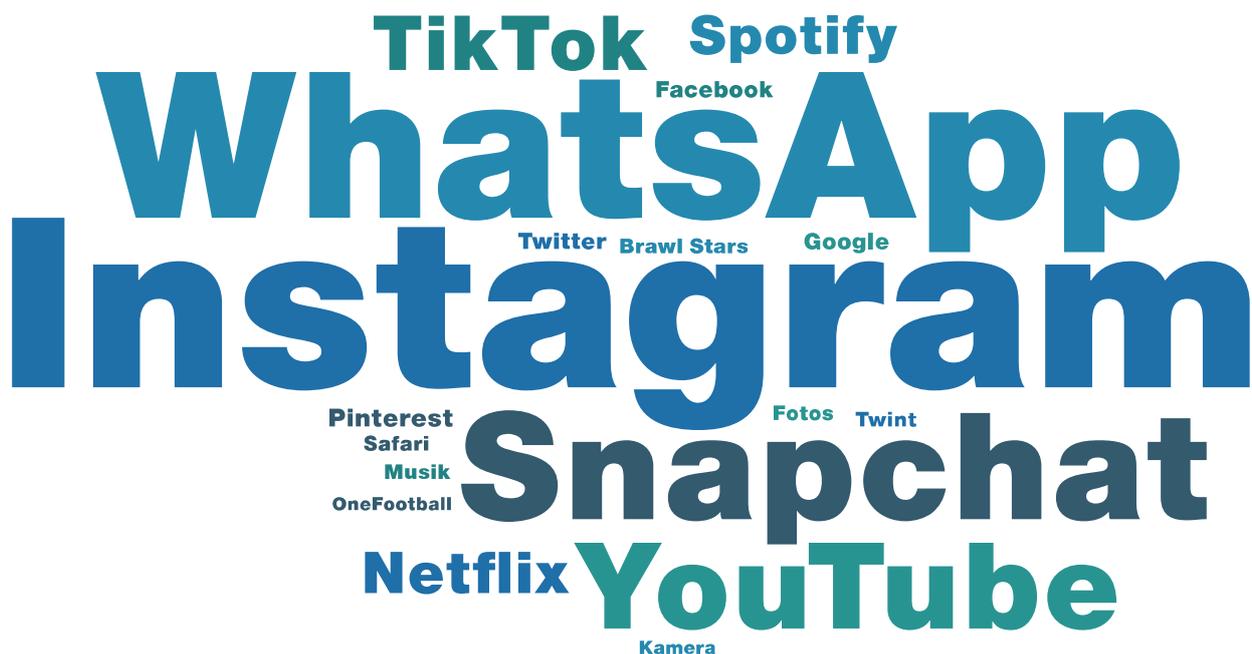
bedienen ist. Zudem bietet die App zahlreiche Möglichkeiten, sich auf Knopfdruck mit eigenen oder neuen Kontakten zu vernetzen und gemeinsam zu gamen. Darüber hinaus existieren eine grosse *Brawl Stars*-Community und unzählige Unterhaltungsinhalte auf *YouTube* und anderen Social-Media-Plattformen. Damit befriedigte soziale und unterhaltungsbezogene Bedürfnisse spielen beim Gaming ebenfalls eine zentrale Rolle.

Deutlich durchgesetzt unter den Lieblingsapps haben sich hingegen werbe- und abfinanzierte **Streamingdienste**. Dort werden Medieninhalte nicht mehr auf eigenen Geräten abgespeichert, sondern direkt über das Internet abgespielt. Bereits 2012 gehörte für viele Schweizer Jugendliche das Videoportal *YouTube* dazu. Dieses bietet einen kunterbunten Mix an professionell produzierten sowie nutzergenerierten audiovisuellen Inhalten, und die Nutzung ist oftmals fix in die Routinen des Alltags der Heranwachsenden eingebunden (Heeg et al., 2018). Auch die

Film- und Serienplattform *Netflix*, die 2014 den Schweizer Markt betrat, hat rasant einen festen Platz in den Top-3 der Apps errungen. Weiter zeichnet sich auch bezüglich der Nutzung audiotiver Inhalte eine Verlagerung ab, und zwar weg von Apps wie *Musik* oder *iTunes*, bei denen Musik kostenpflichtig bezogen werden muss, hin zu Streamingdiensten, die auch ohne direkte Fixkosten nutzbar sind – allen voran *Spotify*, das seit 2011 in der Schweiz verfügbar ist und neben Musik auch Podcasts sowie Hörbücher

persönlichen Besitz von Daten hin zu gestreamten Inhalten abzuzeichnen. Eigene Mediendaten auf dem Smartphone speichern bringt eine Reihe von Nachteilen in Form von Management- und Archivierungsaufgaben mit sich, die als belastend empfunden werden können (Vitale et al., 2018). Diesem Daten-Dilemma scheinen Jugendliche zu entkommen, indem sie zum Beispiel ebensolche Streamingdienste über immer häufiger verfügbare Abo-Flatrates nutzen (Bernath et al., 2020).

Abbildung 10: Beliebteste Smartphone-Apps im Jahr 2020



anbietet. Solche Streamingdienste erlauben es, Medieninhalte aus einer nahezu unendlichen Sammlung spontan frei nach Belieben auszuwählen und zu nutzen, ohne sich dabei auf einzelne Titel festlegen und diese gesondert kostenpflichtig erwerben zu müssen. Jugendliche scheinen sich daran gewöhnt zu haben, nicht auf zeitliche und inhaltliche Einschränkungen, wie sie zum Beispiel von linearen Fernseh- oder Radiosendern vorgegeben werden, Rücksicht nehmen zu müssen. Im Vergleich zu anderen Geräten, die Streaming ebenfalls unterstützen, ist es Jugendlichen gerade dank Portabilität der Smartphones möglich, sich beispielsweise unterwegs mit Peers oder auf dem Schul- oder Arbeitsweg die Zeit zu vertreiben. Zuhause können Streamingdienste wiederum eine Alternative zur gemeinschaftlichen Nutzung in der Familie und damit eine Art Abgrenzungsmöglichkeit bieten. Grundsätzlich scheint sich hier ein Trend weg von der Archivierung und dem

Soziale Netzwerke gehörten bereits 2012 zu den beliebtesten Apps vieler Jugendlicher. Sie liefern Unterhaltung, News oder Möglichkeiten, sich kreativ auszuleben. Daneben erlauben sie die virtuelle Beobachtung von Idolen sowie die Auseinandersetzung und Kommunikation mit Peers und spielen auch in Bezug auf die mediale Anschlusskommunikation eine zentrale Rolle. Ausserdem sind sie für Jugendliche im Hinblick auf die Identitätsbildung und Integration im Freundeskreis wichtig. Dass ihre Popularität auch 2020 unangefochten bleibt, verwundert deshalb wenig. Über die Jahre hat dabei eine sukzessive Ausweitung und tendenzielle Angleichung der Funktionen stattgefunden – bald konnte man auf vielen Plattformen neben Fotos mit Filtern auch Videos mit Effekten und Playback-Tonspur permanent oder zeitbegrenzt mit persönlichen Kontakten oder der Öffentlichkeit teilen und multimediale Privatnachrichten austauschen. Allerdings lässt sich in Sachen beliebteste Apps eine Verschiebung zugunsten

(bewegt)bildzentrierter Plattformen feststellen. *Instagram* ist zur absoluten Spitzenreiterin aufgestiegen und hat damit ihr Schwesternetzwerk *Facebook* abgelöst – nur noch wenige Jugendliche zählen diese App zu ihren Favoriten. Dass *Facebook* der Generationensprung offensichtlich nicht gelungen ist, darauf verweisen auch andere aktuelle Statistiken: Das Durchschnittsalter der Nutzenden liegt in der Schweiz aktuell bei 43 Jahren (IGEM, 2021). Weiter kam es in den Top 3 zu einer Diversifizierung bei den sozialen Netzwerken. Neu hinzugekommen und in kürzester Zeit zu den Favoriten aufgestiegen ist *TikTok*. Im Jahr 2014 als *musical.ly* veröffentlicht, standen bei dieser Plattform schnell erstellte, geteilte und konsumierte Playbackvideos im Vordergrund, wobei sich immer häufiger auch weniger künstlerisch ausgerichtete Beiträge wie beispielsweise Vlogs finden. Bemerkenswert ist zudem der Bedeutungsgewinn von *Snapchat*. Der Dienst wurde 2011 gegründet und führte als erster die bald auch bei anderen sozialen Netzwerken verfügbare Funktion zum Austausch zeitlich begrenzt sichtbarer Bildnachrichten ein. Das Festhalten von Erinnerungen, wie man es beispielsweise von klassischen Fotoalben oder Social Media Feeds kennt, ist dabei weniger das Ziel (Bayer et al., 2016; Kofoed & Larsen, 2016). Es geht eher um ein ungezwungenes Chatten mithilfe «flüchtiger Fotografien» (Lobinger & Schreiber, 2017, S. 8), was bei Jugendlichen heute hoch im Kurs steht. Nicht nur wird der Smartphone-Speicher dadurch geschont, auch kann es psychisch entlastend und befreiend sein, virtuelle Unterhaltungen zu führen, ohne dass physische Beweiskopien davon angefertigt werden (Bayer et al., 2016; Shein, 2013). Die Faszination eines solchen Austauschs dürfte in der Tatsache liegen, dass er alltäglichen persönlichen Interaktionen näherkommt, die ihrerseits zu einem gesteigerten Wohlbefinden beitragen können (Bayer et al., 2016; Sandstrom & Dunn, 2014). Im Bereich **Instant Messaging** zeigt sich bei den Lieblingsapps der Heranwachsenden in der Schweiz eine Konzentration, bei gleichzeitiger Fusion von Messaging und Telefonie. Während 2012 eine grosse Bandbreite an Apps zu den Favoriten zählten – darunter *Viber*, *MSN*, *SMS*, *Telefon* oder *Blackberry Messenger* –, hat sich 2020 lediglich *WhatsApp* noch gehalten. Neben der Tatsache, dass bei der Verwendung keine direkten Kosten anfallen, finden sich weitere Hinweise auf die Beliebtheit der App. Einerseits hat *WhatsApp* seine ursprüngliche Funktion des Instant-Text-Messaging zwischenzeitlich um

Aspekte erweitert, die sich zuvor dispers auf einzelne, kostenpflichtige Apps verteilten. So erlaubt der Dienst 2020 mit internetbasierten Telefon- und Videotelefonanrufen oder dem Austausch von Sprachnachrichten und Dateien eine breite Palette an Kommunikationsformaten. Weiter wird *WhatsApp* von 84% aller Schweizerinnen und Schweizer und damit sehr breitflächig genutzt (IGEM, 2021), wodurch meist eine universelle Kommunikation mit diversen Personen aus dem sozialen Umfeld wie Familie, Freunde, Schule, Beruf oder Verein möglich wird. Ein mühseliges Switchen zwischen Apps je nach Kommunikationsformat und -partnerin ist dadurch nicht mehr nötig, was die Nutzung einfacher und vor allem bequemer macht. Dass Datenschutz und Privatsphäre bei *WhatsApp* nicht grossgeschrieben werden, ist Heranwachsenden dabei bewusst (Heeg et al., 2018). Doch scheinen damit verbundene Risiken zugunsten der genannten Vorteile bei der alltäglichen Nutzung in den Hintergrund zu treten. Es stellt sich die Frage, ob angesichts der zwischenzeitlichen Veröffentlichung neuer Datenschutzbestimmungen sicherere Messenger wie *Threema* oder *Signal* unter Heranwachsenden in Zukunft an Bedeutung gewinnen werden.

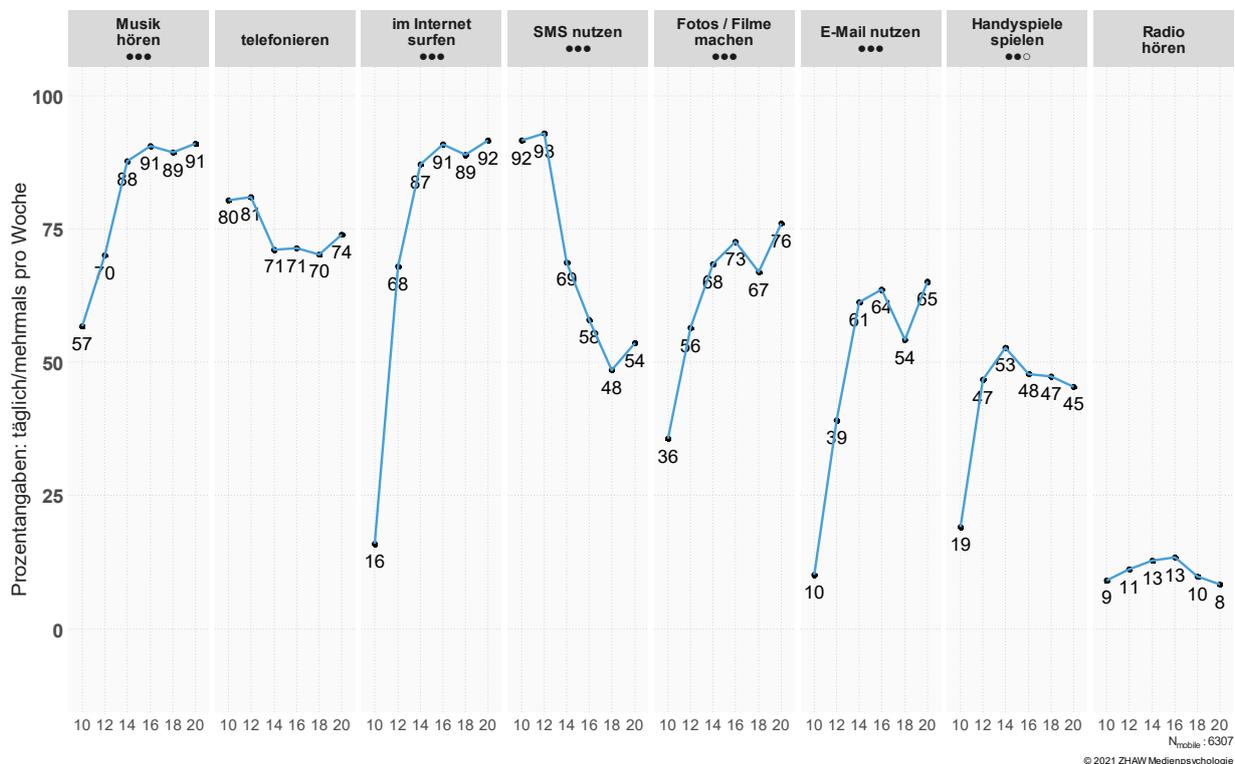
3.10 Wie hat das Smartphone das Handyverhalten verändert?

Das Handyverhalten der Jugendlichen war im vergangenen Jahrzehnt markanten Veränderungen unterworfen. Eine deutliche Zunahme zeigt sich insbesondere bei vielen internetbasierten Funktionen zwischen den Jahren 2010 und 2014 (vgl. Abbildung 11). Dies ist auf die steigende Verbreitung von Smartphones zurückzuführen. So gab 2010 knapp die Hälfte der

und sich wenn immer möglich über ein (kostenloses) WLAN zu verbinden, änderte sich dies über die Jahre. Der Anteil Jugendlicher mit einem Abonnement stieg, der Anteil Prepaid-Nutzender sank (vgl. JAMES-Studien 2010 bis 2018). Zunehmend umfassten die Handy-Abonnements ausserdem unbeschränkte oder sehr hohe Freidaten, so dass das Internet nun vollständig standortunabhängig genutzt werden konnte.

Das Smartphone ermöglichte es somit, ohne

Abbildung 11: Nutzung von Handyfunktionen im Zeitverlauf



jugendlichen Handynutzer an, ein Smartphone zu besitzen (Waller & Süss, 2012). 2012 und 2014 stiegen die Anteile auf 79% und 97% (Willemse et al., 2012, 2014). 2020 handelt es sich nur noch bei 0,2% der Handys um ein Feature Phone, also um ein Telefon mit einer Tastatur (Bernath et al., 2020).

Mit dem Smartphone wurde auch das mobile Internet Teil des Alltags. Während 2011 nur 20% der Schweizerinnen und Schweizer das Internet auch unterwegs nutzten, ist es 2021 mit 86% ein Grossteil der Bevölkerung, bei den 14- bis 19-Jährigen sind es sogar 93% (Latzer et al., 2021). Während viele Jugendliche zu Beginn der Smartphone-Zeit darauf bedacht waren, die beschränkten Mobildaten sparsam zu nutzen

Computer im Internet zu surfen, E-Mails zu verschicken oder Musik aus einer nahezu unbegrenzten Bibliothek zu hören. Auch bezüglich der Handyspiele eröffneten sich weitere Möglichkeiten. Nebst dem Internetzugang kam hier die nun verbreitete Touchbedienung zum Tragen, die den ganzen, gegenüber bisherigen Mobiltelefonen deutlich grösseren Bildschirm zu «Spielwiese» und Bedienfeld macht. Die in den Smartphones integrierten Kameras liefen den zuvor gängigen Digitalkameras dank ausgeklügelter Softwareunterstützung in Sachen Qualität gar den Rang ab, so dass sich nun zunehmend auch qualitativ hochwertige Fotos oder Videos mit dem Handy erstellen liessen. Auf Basis dieser Entwicklung konnten sich neue, stark visuell orientierte Apps wie zum Beispiel

Instagram oder *Snapchat* etablieren (vgl. Kapitel 3.9). Mit dem mobilen Internet wurden auch die internetbasierten Instant Messaging Apps, allen voran WhatsApp, Teil des Alltags. Diese reduzierten zwar die SMS-Nutzung, verdrängten diese jedoch nicht vollständig. Auch das Telefonieren blieb über die Jahre für viele Jugendliche eine häufige Tätigkeit mit dem Handy.

Andere Funktionen hingegen haben das letzte Jahrzehnt nicht überlebt und waren irgendwann nicht mehr im JAMES-Fragebogen enthalten. Hierzu gehören unter anderem der Versand von MMS oder das Übermitteln von Fotos/Filmen oder MP3-Dateien via Bluetooth.

Insgesamt lässt sich festhalten, dass das Handy heute vielfältiger genutzt wird, als dies vor zehn Jahren der Fall war. Die Technik hat sich weiterentwickelt,

und eine breite Palette an verschiedensten Apps ermöglicht heute eine stark individualisierte Handynutzung. Egal ob Kommunikation, Information oder Unterhaltung – alles ist nur einen Touch weit entfernt. Das Smartphone ist heute so selbstverständlich Teil unseres Lebens, dass beforscht wird, inwiefern das Smartphone einen unverzichtbaren Teil der eigenen Identität darstellt (Harkin & Kuss, 2021; Park & Kaye, 2019; Ross & Bayer, 2021).

Mit der starken Präsenz des Smartphones im Alltag von Jugendlichen ergeben sich nicht nur neue Möglichkeiten, sondern auch Herausforderungen. Viele Jugendliche stellt die Smartphone-Nutzung regelmässig vor ein Dilemma (Heeg et al., 2018). So ermöglicht das Smartphone einerseits spontane und ortsunabhängige Kommunikation, erzeugt andererseits aber auch einen Druck, ständig erreichbar zu sein und sofort antworten zu müssen. Entstanden sind auch neue Phänomene wie beispielsweise «Phubbing», bei dem anwesende Gesprächspartnerinnen und Gesprächspartner zugunsten von Aktivitäten mit dem Smartphone vernachlässigt oder ignoriert werden (Aagaard, 2020). Um einen guten Umgang mit dem Smartphone zu entwickeln, braucht es entsprechend nicht nur technische Medienkompetenz, sondern es bedarf auch der Berücksichtigung von sozialen und emotionalen Aspekten.

4 Zusammenfassung und Diskussion

Eine Reihe von grossen gesellschaftlichen Entwicklungen prägte den Medienumgang von Jugendlichen in den 2010er-Jahren oder stand in Wechselwirkung mit ihm. Dies führte zu einigen Veränderungen. Daneben gab es bei gewissen Aspekten auch eine bemerkenswerte Beständigkeit: Nutzungsverhalten, das über das Jahrzehnt hinweg gleichgeblieben ist. Nachfolgend werden sowohl langfristige gesellschaftliche Trends wie auch Konstanten aufgelistet und deren Abbild im Medienverhalten diskutiert.

Der Trend zur **Individualisierung** meint eine immer stärkere Tendenz hin zur persönlichen und einzigartig geformten Selbstverwirklichung. Die Grundlage dazu bildet die Steigerung von Wahlfreiheit und Selbstbestimmung (Zukunftsinstitut, 2021a). Diese Entwicklung lässt sich stark im Medienkonsum von Heranwachsenden abbilden. Das Medienmenü wurde durch das breitere Angebot vergrössert: Neben linearem TV und Radio sind On-Demand-Streamingdienste wie *Netflix* oder *Spotify* entstanden. Parallel zur massiven Verbreiterung des Angebots wurde der Zugang zu den Inhalten enorm erleichtert, zum Beispiel in Form einer praktischen und einfach zu bedienenden App. Zudem wurde die Rezeption zeitlich und – dank Smartphone – auch örtlich entkoppelt. Heute kann jeder und jede immer und fast überall beliebige Informations- und Unterhaltungsmedien konsumieren. Egal ob textorientiert, audiobasiert oder audiovisuell: Die Wahlfreiheit und die Selbstbestimmung sind in den letzten zehn Jahren massiv angestiegen. Neue (Medien-)Kompetenzen werden nötig. Konsumentinnen und Konsumenten müssen sich einer Reihe von Fragen stellen: Wie treffe ich die für mich optimale Medienwahl? Wann konsumiere ich welche Inhalte, damit die darauf aufbauende Anschlusskommunikation möglich ist? Welche Apps passen am besten in mein Repertoire auf dem Smartphone? Das Medienmenü und das App-Repertoire werden zu einem Ausdruck der individuellen Persönlichkeit und des eigenen Lebensstils.

Der Trend hin zur **Konnektivität** meint die Entwicklung in der Gesellschaft zu einer immer stärkeren Vernetzung. Diese wurde vor allem

durch das Aufkommen von digitalen Infrastrukturen wie beispielsweise dem Internet oder dem Mobilfunknetz ermöglicht. Dadurch entstand eine Vielfalt an neuen Möglichkeiten, die sich direkt auf den Alltag jedes Einzelnen auswirkte (Zukunftsinstitut, 2021b). Und dieser Effekt ist auch im Medienumgang von Jugendlichen sichtbar. Die Verbreitung und Nutzung des Internets und des Smartphones hat im letzten Jahrzehnt zugenommen, ebenso darauf aufbauende Kommunikationsplattformen wie Messenger-Dienste oder soziale Netzwerke. Diese werden von Jugendlichen sowohl im Einzel- wie auch im Gruppenaustausch rege genutzt. Die Heranwachsenden organisieren sich darüber, tauschen sich sowohl in privaten, schulischen wie auch geschäftlichen Kontexten über diese Kanäle aus. Der Trend zu Konnektivität war nicht zuletzt eine Grundvoraussetzung, damit in Krisenzeiten – wie während der Corona-Pandemie – Fernunterricht überhaupt erst möglich wurde. Zur Kehrseite der stärkeren Vernetzung zählen die ständige Erreichbarkeit, der nie aufgehörende Kommunikationsfluss oder ein fortlaufender Dokumentationszwang des eigenen Lebens mit Fotos und Videos auf den verschiedensten sozialen Plattformen. Auch hier gilt: Es braucht neue Kompetenzen, um mit der Entwicklung Schritt zu halten resp. diese gewinnbringend in das eigene Leben zu integrieren.

Durch den **Gender Shift** verlieren die traditionellen Rollenmuster von Männern und Frauen zunehmend an Bedeutung. Das Geschlecht ist nicht mehr in Stein gemeisselt, fluide Zwischentöne werden möglich (Kelber, 2022). An gewissen Aspekten im Medienverhalten von Jugendlichen lässt sich der Gender Shift aufzeigen: Weiblichkeit und Erotik werden von Mädchen selbstbewusst im digitalen Alltag eingebettet. Der gekonnte Einsatz von selbst produziertem erotischem Bildmaterial wird enttabuisiert und ist einem freizügigen Kleidungsstil beim Ausgehen gleichgestellt. Auch im Umgang mit industriell hergestellter Pornografie gleichen sich die Geschlechter an: Mädchen konsumieren diese öfters als auch schon, Jungen weniger oft. Die Konsumpräferenzen hängen wohl immer weniger mit den zugewiesenen Geschlechterrollen als vielmehr mit persönlichen Vorlieben zusammen. Die Industrie reagiert und produziert vermehrt auch «female-friendly» Filme, in denen

die Rollen von Frau und Mann weniger von bizarren stereotypen Vorstellungen geprägt sind. Neben all diesen Angleichungen der Geschlechter zeigen sich in einigen Aspekten der Mediennutzung aber nach wie vor stabile **Geschlechtsunterschiede**: Mädchen lesen häufiger Bücher, Jungen nutzen diese Zeit für Videogames. Offenbar ziehen die Geschlechter hier einen unterschiedlichen Mehrwert aus dem entsprechenden Medium. Bleiben diese Unterschiede auch im nächsten Jahrzehnt erhalten, könnten ihnen eventuell auch biologische Ursachen zugrunde liegen.

Ein weiterer Trend, auf den es auch Hinweise bei Jugendlichen in der Schweiz gibt, ist der **Relationship Minimalism** (Nordmann, 2021). Beim Beziehungsminimalismus geht es darum, wenige, dafür enge und individuell «wertvolle» Kontakte zu pflegen. Insbesondere junge Menschen «entrümpeln» Freunde aus ihrem sozialen Umfeld und beschränken sich auf wenige, dafür intimere Freundschaften. Dieser Trend ist eine Auskopplung eines minimalistischen Lebensstils auch in Bezug auf materiellen Besitz. Das Motto dieser Bewegung lautet: Weniger ist mehr – als Gewinn resultiert ein weniger konsumfixiertes, einfacheres und damit auch glücklicheres Leben (Nordmann, 2021). Eine Andeutung auf den Beziehungsminimalismus findet sich bei der Reduktion von persönlichen Treffen mit Freunden. Schon vor der Pandemie nahm diese Frequenz bei den Heranwachsenden fortlaufend ab. Demgegenüber unternehmen Jugendliche heute öfters etwas im Kreis ihrer Familie. Man könnte daraus ableiten, dass sie den Fokus auf weniger, dafür engere Freundschaften und die Familie legen. Es stellt sich die Frage, ob sich dieser Trend auch bei Onlinekontakten zeigt, ob dort «Entrümpelungs-Tendenzen» sichtbar werden oder ob dort ein gegenteiliger Effekt eintritt: das Onlinenetzwerk also zu einer Art Kompensationsort für das persönliche Netzwerk wird.

Weniger ein Trend, dafür mehr eine gesellschaftliche Zustandsbeschreibung ist der **digital divide** (digitale Spaltung). Dieser beschreibt seit den 1990er-Jahren demographische und sozioökonomische Ungleichheiten in Bezug auf den Zugang und die Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien (Ritzhaupt et al., 2020). Die Spaltung zeigt sich bei Jugendli-

chen in der Schweiz insbesondere bei den textorientierten Informationsmedien. Zeitungs- und Zeitschriftenabos stehen viel häufiger Jugendlichen aus sozioökonomisch besser gestellten Haushalten zur Verfügung. Ebenso Musik-Streaming-Abos. Eine weitere – nicht digitale – Spaltung hat sich beim außerschulischen Sporttreiben ergeben. Jugendliche aus sozioökonomisch schwächer gestellten Haushalten tun dies im Vergleich zu Gleichaltrigen aus besser gestellten Haushalten immer weniger oft. Da Sport ein wichtiger Faktor für die physische und psychische Gesundheit darstellt, muss die Gesellschaft dieser Entwicklung Gegensteuer geben. Es darf nicht sein, dass in einem Land wie der Schweiz die sportliche Aktivität der Jugendlichen vom Einkommen ihrer Eltern abhängt. Dieser **Activity Gap** muss deshalb baldmöglichst zugeschüttet werden. Keine digitale Spaltung gibt es bei den sozialen Netzwerken. Da für die Erstellung eines Profils keine Gebühren erhoben werden, spielen monetäre Gründe keine Rolle. Bezahlt wird mit den persönlichen Daten, und diese können über alle Schichten hinweg zur Verfügung gestellt werden. Ähnlich sieht es aus bei den Film- und Serien-Streaming-Abos. Diese stehen mittlerweile in rund drei Vierteln der Haushalte zur Verfügung, und zwar über alle Statusgruppen hinweg. Auch bei den Game-Flatrate-Abos ist kein Unterschied feststellbar. Die Bereitschaft, Geld für ein Medienabo auszugeben, scheint vorhanden zu sein, sofern es sich um ein unterhaltungsorientiertes Angebot handelt. Eine Nivellierung im Zugang zum Internet hat zudem über die starke Verbreitung von Smartphones und den dazu passenden Flatrate-Abos geführt.

Neben den oben aufgeführten Trends gibt es über das Jahrzehnt hinweg aber auch erstaunliche **Konstanten** im Medienumgang zu berichten. So blieb die Lesefrequenz von Büchern bei Jugendlichen trotz fortschreitender Digitalisierung beständig. Das Buch bietet offenbar einen Wert, der sich selbst gegen neue digitale Mitbewerber durchsetzen kann. Auch die Nutzung von Games blieb sehr konstant. Beiden Tätigkeiten ist gemeinsam, dass sie für ein optimales Genusserlebnis meist gezielt und bewusst ausgeübt werden. Offenkundig muss ein bestimmtes Mass an exklusiver Zeit aufgewendet werden, um ein angemessenes Genuss-Niveau zu erlangen. Eine weitere Beständigkeit zeigt sich im Konsum von Mediengewalt. Auch wenn

mancherorts über einen Anstieg von Jugendgewalt und Jugendkriminalität berichtet wird, geht dieser *nicht* mit einem Anstieg von Mediengewalt einher und kann so wohl auch nicht als mögliche Quelle der Problematik betrachtet werden (Baier, 2021). Einen weiteren Festwert bilden die im Vergleich zu Schweizer Jugendlichen höheren durchschnittlichen Handy-, Internet- und Game-Zeiten von Jugendlichen mit Migrationshintergrund. Die Gründe dazu sind vielfältig und liegen wohl in der multikulturellen Einbettung von Jugendlichen mit Migrationshintergrund: Medien unterstützen hier Heranwachsende beim Brückenschlag zwischen verschiedenen Kulturen, Sitten, Sprachen und Religionen. Ob Beständigkeit oder Veränderung – eines hat sich in den letzten zehn Jahren JAMES-Forschung deutlich gezeigt: Medien gehören unabdingbar zur Alltagswelt der Jugendlichen und prägen deren Freizeitgestaltung massgeblich mit. In welcher Form sich dies in Zukunft ausgestaltet, wird sich im nächsten Jahrzehnt zeigen.

5 Literatur

- Aagaard, J. (2020). Digital akrasia: A qualitative study of phubbing. *AI & SOCIETY*, 35(1), 237–244. <https://doi.org/10.1007/s00146-019-00876-0>
- Albrecht, I., Kottlow, M., Stocker, P., & Ziegler, H. (2021). *Rund ein Drittel der Kinder und Jugendlichen in der Schweiz ist gestresst – Erkenntnisse für Jugendliche, Eltern und Schulen*. Pro Juventute Schweiz.
- Baier, D. (2021). *Anstieg der Jugendkriminalität in der Schweiz: Was sind mögliche Gründe?* Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften.
- BAK, B. für K. (o. J.). *Musikalische Bildung*. Abgerufen 10. Dezember 2021, von <https://www.bak.admin.ch/bak/de/home/sprachen-und-gesellschaft/musikalische-bildung.html>
- BAKOM, B. für K. (2021). Anzahl Mobilfunkkundinnen und -kunden. *Telekommunikation - Zahlen und Fakten*. <https://www.bakom.admin.ch/bakom/de/home/telekommunikation/zahlen-und-fakten/sammlung-statistischer-daten/mobilfunk/anzahl-mobilfunkkundinnen-und-kunden.html>
- Bauder, N., & Hajok, D. (2019). Jugend und Pornografie. Aktuelle Perspektiven auf einen »Klassiker« des Jugend- medienschutzes. *JMS Jugend Medien Schutz-Report*, 42(2), 2–7. <https://doi.org/10.5771/0170-5067-2019-2-2>
- Bayer, J. B., Ellison, N. B., Schoenebeck, S. Y., & Falk, E. B. (2016). Sharing the small moments: Ephemeral social interaction on Snapchat. *Information, Communication & Society*, 19(7), 956–977. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2015.1084349>
- Bernath, J., Suter, L., Waller, G., Külling, C., Willemse, I., & Süss, D. (2020). *JAMES - Jugend, Aktivitäten, Medien—Erhebung Schweiz: Ergebnisbericht 2020*. Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften.
- Bernecker, K., & Becker, D. (2021). Beyond Self-Control: Mechanisms of Hedonic Goal Pursuit and Its Relevance for Well-Being. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 47(4), 627–642. <https://doi.org/10.1177/0146167220941998>
- Berweger, B., & Bischofberger, C. (2016). *Fokusgruppen JAMES—Gespräche mit Jugendlichen über ihren Medienumgang* [Präsentation unveröffentlicht].
- Bonfadelli, Heinz., Bucher, Priska., Hanetseder, Christa., Hermann, Thomas., Ideli, Mustafa., & Moser, Heinz. (2008). *Jugend, Medien und Migration: Empirische Ergebnisse und Perspektiven* (1st ed. 2008.). VS Verlag für Sozialwissenschaften. <https://doi.org/10.1007/978-3-531-91149-6>
- Büchi, M. (2018). *How Social Well-Being Is Affected by Digital Inequalities*. 21.
- Bundesamt für Gesundheit. (2020a). *Bundesrat lockert schrittweise Massnahmen zum Schutz vor dem neuen Coronavirus*. <https://www.bag.admin.ch/bag/de/home/das-bag/aktuell/medienmitteilungen.msg-id-78818.html>
- Bundesamt für Gesundheit. (2020b). *Coronavirus: Bundesrat beschliesst weitgehende Lockerungen per 6. Juni*. <https://www.bag.admin.ch/bag/de/home/das-bag/aktuell/medienmitteilungen.msg-id-79268.html>
- Bundesamt für Statistik, B. (2022). Ausländische Bevölkerung in der Schweiz. *Ausländische Bevölkerung in der Schweiz*. <https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/bevoelkerung/migration-integration/auslaendische-bevoelkerung.html>
- Büttner, M. (2019). Der Blick junger Frauen auf Pornografie—Qualitative Analyse eines Onlineforums. In *Geschlechtliche und sexuelle Selbstbestimmung durch Kunst und Medien—Neue Zugänge zur Sexuellen Bildung* (S. 353–387). Psychosozial-Verlag.
- Currie, C., Molcho, M., Boyce, W., Holstein, B., Torsheim, T., & Richter, M. (2008). Researching health inequalities in adolescents: The development of the Health Behaviour in School-Aged Children (HBSC) Family Affluence Scale. *Social Science & Medicine*, 66, 1429–1436.

- Döring, N. (2013). Wie wird Pornografie in Online-Foren diskutiert? *Z Sex Forsch*, 26(04), 305–329.
- Eisenegger, M., & Vogler, D. (2021). Die Corona-Pandemie als Katalysator für die strukturelle Krise des Informationsjournalismus. In *Jahrbuch—Qualität der Medien 2021*. Schwabe / fög Universität Zürich.
- Feierabend, S., & Klingler, W. (1998). *JIM 98—Jugend, Information, (Multi-)Media*. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest.
- Festic, N., Büchi, M., & Latzer, M. (2021). It's still a thing: Digital inequalities and their evolution in the information society. *Studies in Communication and Media*, 10(3), 326–361. <https://doi.org/10.5771/2192-4007-2021-3-326>
- Fischer, D. (2012). Bildung Schweiz. *Musik will nicht die zweite Geige spielen*, 9, 9.
- Forschungszentrum Öffentlichkeit und Gesellschaft. (2021). *Jahrbuch Qualität der Medien*. Schwabe. <http://www.foeg.uzh.ch/de/jahrbuch-qualität-der-medien.html>
- Gränicher, P. (2021). *Sportmotorische Bestandesaufnahme SMBA Motorische Fähigkeiten der Erstklässlerinnen und Erstklässler der Stadt Zürich*. Sportamt Stadt Zürich.
- Grossegger, B. (2014). Burn out – slow down? *Pädiatrie & Pädologie*, 49(4), 29–32. <https://doi.org/10.1007/s00608-014-0154-2>
- Hankonen, N., Heino, M. T. J., Kujala, E., Hynynen, S.-T., Absetz, P., Araújo-Soares, V., Borodulin, K., & Haukka, A. (2017). What explains the socioeconomic status gap in activity? Educational differences in determinants of physical activity and screentime. *BMC Public Health*, 17(1), 144. <https://doi.org/10.1186/s12889-016-3880-5>
- Hargittai, E. (2002). Second-Level Digital Divide: Differences in People's Online Skills. *First Monday*. <https://doi.org/10.5210/fm.v7i4.942>
- Harkin, L. J., & Kuss, D. (2021). "My smartphone is an extension of myself": A holistic qualitative exploration of the impact of using a smartphone. *Psychology of Popular Media*, 10(1), 28–38. <https://doi.org/10.1037/ppm0000278>
- Heeg, R., Genner, S., Steiner, O., Schmid, M., Suter, L., & Süss, D. (2018). *Generation Smartphone. Ein partizipatives Forschungsprojekt mit Jugendlichen*. Hochschule für Soziale Arbeit FHNW und ZHAW Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften. www.generation-smartphone.ch
- Hirnstain, M., & Hausmann, M. (2010). Neuropsychologie. In G. Steins (Hrsg.), *Handbuch Psychologie und Geschlechterforschung* (S. 69–85). VS Verlag für Sozialwissenschaften. https://doi.org/10.1007/978-3-531-92180-8_5
- Hoefl, F., Watson, C., Kesler, S., Bettinger, K., & Reiss, A. (2008). Gender differences in the mesocorticolimbic system during computer game-play. *JOURNAL OF PSYCHIATRIC RESEARCH*, 42(4), 253–258. <https://doi.org/10.1016/j.jpsychires.2007.11.010>
- Hüttermann, M. (2021). *eSports Schweiz 2021: Eine Studie des Instituts für Marketing Management*. ZHAW School of Management and Law. <https://digitalcollection.zhaw.ch/handle/11475/22296>
- IGEM. (2021). *Zusammenfassung IGEM-Digimonitor 2021. Die repräsentative Studie zur digitalen Schweiz*. IGEM Interessengemeinschaft elektronische Medien.
- Kelber, C. (2022). Gender Shift: Zukunft der Geschlechter. *Zukunftsinstitut*. <https://www.zukunftsinstitut.de/artikel/gender-shift-zukunft-der-geschlechterrollen/>
- Kent, S. L. (2001). *The Ultimate History of Video Games: From Pong to Pokemon—the Story behind the Craze That Touched Our Lives and Changed the World*. Prima Communications, Inc.
- Kofoed, J., & Larsen, M. C. (2016). A snap of intimacy: Photo-sharing practices among young people on social media. *First Monday*. <https://doi.org/10.5210/fm.v21i11.6905>

- Kramer, M. (2020). *Visuelle Biografiearbeit: Smartphone-Fotografie in der Adoleszenz aus medienpädagogischer Perspektive* (1. Auflage). Nomos.
- Kunczik, Michael. (2017). *Medien und Gewalt: Überblick über den aktuellen Stand der Forschung und der Theoriediskussion* (1st ed. 2017.). Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-16543-7>
- Lamprecht, M., Bürgi, R., Gebert, A., & Stamm, H. (2021). *Sport Schweiz 2020 – Kinder- und Jugendbericht*. 68.
- Latzer, M., Büchi, M., Festic, N., & Just, N. (2017). *Internetverbreitung und digitale Bruchlinien in der Schweiz 2017*. <https://doi.org/10.5167/UZH-142248>
- Latzer, M., Büchi, M., Kappeler, K., & Festic, N. (2021). *Internetverbreitung und digitale Bruchlinien in der Schweiz 2021. Themenbericht aus dem World Internet Project – Switzerland 2021*. Universität Zürich. <http://mediachange.ch/research/wip-ch-2021>
- Lobinger, K., & Schreiber, M. (2017). Photo Sharing. In K. Lobinger (Hrsg.), *Handbuch Visuelle Kommunikationsforschung* (S. 1–22). Springer Fachmedien. https://doi.org/10.1007/978-3-658-06738-0_19-1
- Lüdeke, S. (2018). Peerbeziehungen. In S. Lüdeke, *Verhaltensprobleme bei Jugendlichen* (S. 55–74). Springer Fachmedien Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-20600-0_5
- Makhanova, A., McNulty, J. K., & Maner, J. K. (2017). Relative Physical Position as an Impression-Management Strategy: Sex Differences in Its Use and Implications. *Psychological Science*, 28(5), 567–577. <https://doi.org/10.1177/0956797616688885>
- Miller, B. (2018). *#FEMALE PLEASURE*. Filmcoop Zürich. <https://www.femalepleasure.org/>
- Nordmann, L. (2021). Relationship Minimalism: Ist im Sozialleben weniger mehr? *Philosophie Magazin*. <https://www.philomag.de/artikel/relationship-minimalism-ist-im-sozialleben-weniger-mehr>
- Park, C. S., & Kaye, B. K. (2019). Smartphone and self-extension: Functionally, anthropomorphically, and ontologically extending self via the smartphone. *Mobile Media & Communication*, 7(2), 215–231. <https://doi.org/10.1177/2050157918808327>
- Pro Juventute. (2022, Januar 10). Wenn Sexting öffentlich wird. *Medien & Internet*. <https://www.projuventute.ch/de/eltern/medien-internet/sexting>
- Rainie, L., Brenner, J., & Purcell, K. (2012). *Photos and Videos as Social Currency Online*. Pew Research Center's Internet & American Life Project.
- Rao, P., & Taboada, M. (2021). Gender Bias in the News: A Scalable Topic Modelling and Visualization Framework. *Frontiers in Artificial Intelligence*, 4, 82. <https://doi.org/10.3389/frai.2021.664737>
- Ritzhaupt, A. D., Cheng, L., Luo, W., & Hohlfield, T. N. (2020). The Digital Divide in Formal Educational Settings: The Past, Present, and Future Relevance. In M. J. Bishop, E. Boling, J. Elen, & V. Svihla (Hrsg.), *Handbook of Research in Educational Communications and Technology: Learning Design* (S. 483–504). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-36119-8_23
- Ross, M. Q., & Bayer, J. B. (2021). Explicating self-phones: Dimensions and correlates of smartphone self-extension. *Mobile Media & Communication*, 9(3), 488–512. <https://doi.org/10.1177/2050157920980508>
- Rüegsegger, M., & Brauchli, V. (2019). *JAMESfokus—Gespräche mit Jugendlichen über ihren Medienumgang* [Präsentation unveröffentlicht].
- Sandstrom, G. M., & Dunn, E. W. (2014). Social Interactions and Well-Being: The Surprising Power of Weak Ties. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 40(7), 910–922. <https://doi.org/10.1177/0146167214529799>
- Selva, M., & Andi, S. (2020). *Women and News: An Overview of Audience Behaviour in 11 Countries* (S. 44). Reuters Institut for the Study of Journalism.

- Shein, E. (2013). Ephemeral data. *Communications of the ACM*, 56(9), 20–22. <https://doi.org/10.1145/2500468.2500474>
- SKPPSC Schweizerische Kriminalprävention. (2022, Januar 10). *Sexting Und Sie? Hätten Sie ja gesagt?* <https://www.skppsc.ch/de/download/sexting/>
- Slater, M. D. (2003). Alienation, Aggression, and Sensation Seeking as Predictors of Adolescent Use of Violent Film, Computer, and Website Content. *Journal of Communication*, 53(1), 105–121. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2003.tb03008.x>
- spotify.com. (2021). *Über uns*. <https://www.spotify.com/de/about-us/contact/>
- Stefanone, M. A., Lackaff, D., & Rosen, D. (2011). Contingencies of Self-Worth and Social-Networking-Site Behavior. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(1–2), 41–49. <https://doi.org/10.1089/cyber.2010.0049>
- Tichenor, P. J., Donohue, G. A., & Olien, C. N. (1970). Mass Media Flow and Differential Growth in Knowledge. *Public Opinion Quarterly*, 34(2), 159–170. <https://doi.org/10.1086/267786>
- Topping, K. J. (2015). Fiction and Non-Fiction Reading and Comprehension in Preferred Books. *Reading Psychology*, 36(4), 350–387. <https://doi.org/10.1080/02702711.2013.865692>
- Uusen, A., & Mürsepp, M. (2012). Gender Differences in Reading Habits Among Boys and Girls of Basic School in Estonia. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 69, 1795–1804. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.12.129>
- Vitale, F., Janzen, I., & McGrenere, J. (2018). Hoarding and Minimalism: Tendencies in Digital Data Preservation. In *Proceedings of the 2018 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (S. 1–12). Association for Computing Machinery. <https://doi.org/10.1145/3173574.3174161>
- Waller, G., Külling, C., Bernath, J., Suter, L., & Süss, D. (2019). *JAMESfocus – News und Fake News*. Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften.
- Waller, G., & Süss, D. (2012). *Handygebrauch bei Jugendlichen: Grenzen zwischen engagierter Nutzung und Verhaltenssucht*. Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften. <https://doi.org/10.21256/zhaw-4317>
- Weber, M. (2015). *Der soziale Rezipient*. Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-08748-7>
- Willemse, I., Waller, G., Genner, S., Suter, L., Oppliger, S., Huber, A.-L., & Süss, D. (2014). *JAMES - Jugend, Aktivitäten, Medien—Erhebung Schweiz: Ergebnisbericht 2014*. Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften.
- Willemse, I., Waller, G., Süss, D., & Huber, A.-L. (2012). *JAMES - Jugend, Aktivitäten, Medien—Erhebung Schweiz: Ergebnisbericht 2012*. Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften.
- Yarosh, D. B. (2019). Perception and Deception: Human Beauty and the Brain. *Behavioral Sciences (Basel, Switzerland)*, 9(4), 34. PubMed. <https://doi.org/10.3390/bs9040034>
- Zöllner, O. (2009). *Medien, Migration, Identität. Migranten und ihre Mediennutzung. Drei Projektberichte aus der Urbanregion Stuttgart*. Hochschule der Medien Stuttgart. https://hdms.bsz-bw.de/front-door/deliver/index/docId/631/file/medien_migration_identitaet.pdf
- Zukunftsinstitut. (2021a). Megatrend Individualisierung. *Zukunftsinstitut*. <https://www.zukunftsinstitut.de/dossier/megatrend-individualisierung/>
- Zukunftsinstitut. (2021b). Megatrend Konnektivität. *Zukunftsinstitut*. <https://www.zukunftsinstitut.de/dossier/megatrend-konnektivitaet/>

Zürcher Hochschule
für Angewandte Wissenschaften

Angewandte Psychologie

Pfingstweidstrasse 96
Postfach
CH-8037 Zürich

Telefon +41 58 934 83 10
Fax +41 58 934 83 39

info.psychologie@zhaw.ch
www.zhaw.ch/psychologie