

Realityfernsehen

Rückkopplung mit dem eigenen Leben

Deutschland sucht bei RTL seit 2002 den Superstar, ProSieben das nächste Topmodel, beides mit hohem Zuschauerinteresse. Auch wenn sich der Erfolg der jeweiligen Sieger in Grenzen hält, ist das Interesse gerade der jungen Zuschauer ungebrochen. Dabei geht die Jury mit schwachen oder undisziplinierten Kandidaten hart ins Gericht – und das in aller Öffentlichkeit. Was macht diese Sendungen so interessant und welchen Einfluss haben sie auf das Sozialverhalten? Übertragen Pubertierende die Verhaltensmuster der Jury

in ihr Wertesystem und halten es für richtig, auf ohnehin Schwache draufzuhauen? Auch in Coachingformaten geht es um Konflikte und deren Lösung. Was lernen Kinder und Jugendliche daraus? *tv diskurs* sprach mit Dr. Daniel Hajok und Maren Würfel von der Arbeitsgemeinschaft Kindheit, Jugend und neue Medien (AKJM), ein Verbund von Pädagogen und Medienwissenschaftlern, der zu diesen Fragen im Auftrag der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF) eine Untersuchung durchgeführt hat.



Sie haben eine Untersuchung zum Thema „Casting-shows und Coachingformate“ durchgeführt. Wie sind Sie dabei vorgegangen?

Daniel Hajok: Im ersten Schritt haben wir 2009 eine quantitative Onlinebefragung mit knapp 2.700 Kindern und Jugendlichen durchgeführt. Diese Vorstudie hat uns die Möglichkeit gegeben, zunächst allgemein zu erheben: Welche Castingshows und Coachingsendungen nutzen Jugendliche und junge Erwachsene wie häufig? Welche Rezeptionsmotive stehen dahinter? Welche Unterschiede gibt es hinsichtlich Alter, Geschlecht und Bildungshintergrund? Die für uns relevanten Hinweise haben wir dann in der anschließenden qualitativen Untersuchung für die jüngeren Zuschauenden weiterverfolgt, wobei hier der Fokus auf der Frage der Wertevermittlung bzw. der Wertebildung lag. Bei der Voruntersuchung stellte sich heraus, dass wir uns im qualitativen Teil nicht nur die Gruppe der 12- bis 17-Jährigen, sondern auch die Gruppe der unter 12-Jährigen ansehen müssen, da insbesondere die Castingshows hier schon genutzt werden.

Maren Würfel: Dementsprechend haben wir qualitative, leitfadengestützte Intensivinterviews mit insgesamt 36 Heranwachsenden im Alter zwischen 8 und 15 Jahren geführt. Da sich in unserer quantitativen Untersuchung herausgestellt hat, dass die Castingshows populärer sind als Coachingsendungen, lag der Fokus auf den Sendungen *Deutschland sucht den Superstar (DSDS)* und *Germany's Next Topmodel (GNTM)*. Bei Interviews, in denen Coachingsendungen im Mittelpunkt standen, ging es vor allem um die *Die Super Nanny*.

In der Mediennutzung von Kindern und Jugendlichen scheint es einen Trend dahin gehend zu geben, dass weniger fiktionale und mehr nonfiktionale Inhalte rezipiert werden. Konnten Sie einen derartigen Paradigmenwechsel feststellen?

Maren Würfel: Diese, aber auch andere Untersuchungen, insbesondere eine Langzeituntersuchung jugendlicher Medienpräferenzen, zeigt, dass Jugendliche nach wie vor Filme präferieren. Sie werden aber weniger im Fernsehen gesehen. Das Fernsehen steht nicht mehr für große Erlebniswelten, sondern eher für die alltägliche Unterhaltung, für die Auseinandersetzung mit Alltagsthemen und für die Show.

Daniel Hajok: Das fiktionale Angebot wird eher im Kino oder auf DVD genutzt, oft zusammen mit anderen. Ein Grund, weshalb Kinder und Jugendliche dennoch häufig fernsehen, ist nicht zuletzt darin zu finden, dass das Fernsehen nach wie vor Angebote liefert, die ihnen Identifikation und Orientierung bieten sowie Einblicke in die Erwachsenenwelt erlauben. Dieser Realitätsbezug schafft eine große Nähe.

Gerade bei den Castingformaten stand die Sendung Deutschland sucht den Superstar (DSDS) stark in der Kritik des Jugendschutzes. Bei Kindern und Jugendlichen steht das Format jedoch hoch im Kurs. Was sind hier die Hauptsehmotive?

Daniel Hajok: Schon bei der quantitativen Untersuchung haben wir gemerkt, dass es hier ein breites Spektrum gibt. Zum einen gibt es die formatspezifischen Motive, bei denen der Wettkampfcharakter im Vordergrund steht. Die jungen Zuschauerinnen und Zuschauer wollen wissen, wer rausfliegt und wie es weitergeht und nicht zuletzt natürlich, wer gewinnt. Zum anderen haben wir die spaßorientierte Unterhaltung, bei der Voyeurismus als Motiv eine Rolle spielt. Gerade DSDS wird auch deshalb gesehen, weil man sich über viele Kandidatinnen und Kandidaten lustig machen kann. Wir haben unsere Auswertung diesbezüglich noch nicht ganz abgeschlossen, es deutet sich jedoch an, dass dieser Blickwinkel eher bei älteren männlichen Jugendlichen verbreitet ist, während die Jüngeren und vor allem die Mädchen näher an den Kandidatinnen und Kandidaten dran sind und mit ihnen mitfühlen. Ihr „Opferblick“, der in anderen Untersuchungen schon oft festgestellt wurde, ist im Weiteren dann auch ein Grund dafür, dass sie einen derben oder beleidigenden Umgang der Jury mit den Kandidaten ablehnen.

Maren Würfel: Insbesondere bei den Castingformaten zeigte sich ganz deutlich, welche wichtige Rolle das „Verhandeln“ der Sendungen in der Schule und der Peergroup spielt. Selbst Kinder und Jugendliche, die diese Formate nicht sehen – z. B. weil ihre Eltern das verbieten –, sind bestens darüber informiert. Es ist ein starkes Thema, über das sehr viel geredet wird. Von Bedeutung ist dabei, dass es sich hier um klare oder besser klar inszenierte Figuren handelt, die zumindest scheinbar nicht so weit weg sind von der Lebenswelt der jungen Zuschauenden.

Vermutlich ein Vorteil gegenüber den großen Hollywood-Stars...

Maren Würfel: Natürlich, die Inszenierung der Show funktioniert so: Ich erfahre über den eigentlichen Auftritt der Kandidatinnen und Kandidaten hinweg noch viel, viel mehr über die Personen und ihr Privatleben und habe damit den Eindruck, dass ich den jeweiligen Menschen wirklich kenne. Damit wird die Kandidatin bzw. der Kandidat zu einer Person, mit der die Zuschauenden stark interagieren; zu der sie sich positionieren, die sie be- und auch verurteilen.

Daniel Hajok: Wir haben immer wieder festgestellt, dass die Sendungen von den meisten aus Sicht der Kandidatinnen und Kandidaten rezipiert werden. Wie die Jury mit diesen umgeht, tritt bei den jungen Zuschauenden häufig hinter die Frage zurück, wie die Kandidaten mit der Kritik umgehen, wie sie sich verhalten. In aller Regel besteht auch ein großes Interesse daran, hinter die Kulissen zu schauen: All das, was den Heranwachsenden die Kandidaten als Menschen näherbringt, ist interessant.

Welche Rolle spielt die Musik eigentlich dabei?

Maren Würfel: Überraschenderweise spielt sie nur eine sehr geringe Rolle, das ändert sich erst bei den Mottoshows, wenn das Casting abgeschlossen ist. Für die befragten Mädchen und Jungen steht Musik nicht im Vordergrund. Stattdessen steht das Soziale, sozusagen die Simulation von realen Lebenssituationen, im Mittelpunkt. Dabei geht es um Leistung, um Erfolg und Misserfolg, darum, sich zu beweisen. Von den jungen Zuschauenden wird z. B. ganz genau wahrgenommen, wie die Kandidatinnen und Kandidaten versuchen, die Jury zu beeindrucken und wie das bei der Jury ankommt. Zudem betrachten sie das soziale Handeln zwischen den Kandidatinnen und Kandidaten ganz genau: Wie entstehen Konflikte und warum? Wie werden sie verhandelt? Wie werden sie gelöst? Hierfür spielen auch die vielen Hintergrundinformationen und -berichte eine Rolle, die sich die Heranwachsenden oft aus verschiedenen Medien zusammensuchen.

Im Mittelpunkt steht also eigentlich die Identitätssuche: Wer bin ich und wie verhalte ich mich in bestimmten Situationen?

Daniel Hajok: Ja, dafür gibt es viele Hinweise. Mit den jugendschützerischen Vorbehalten im Hinterkopf haben wir natürlich auch versucht, herauszufinden, welche Werte Castingshows vermitteln und welche Orientierungsangebote sie machen. Dabei haben wir festgestellt, dass für die jungen Zuschauenden Werte und Orientierungen auf drei Ebenen bedeutsam sind: Auf der ersten Ebene bieten Castingshows den Heranwachsenden Orientierung für die eigene Identität und das Selbstbild. Da geht es viel um Lifestyle, Mode, Make-up und Frisur. Auf der zweiten Ebene spielt Orientierung für den alltäglichen Umgang mit anderen eine Rolle. Hier geht es z. B. um einen respektvollen und fairen Umgang mit anderen und auf dieser Ebene findet auch eine Auseinandersetzung mit dem Agieren von Dieter Bohlen statt. Das „Verhandeln“ im sozialen Umfeld führt interessanterweise häufig zu einer Bestärkung einer gerade dem Verhalten von Bohlen entgegengesetzten Orientierung, nämlich dass ein fairer Umgang zwischen Menschen stattfinden sollte. Die dritte Ebene ist, dass Castingshows Orientierung bieten für erfolgreiches bzw. erfolgsorientiertes Handeln. Der Umgang mit der Leistungsgesellschaft spielt gerade bei älteren Jugendlichen nicht nur in der Anbindung an den Schulalltag eine Rolle, sondern auch im Kontext der Berufsorientierung. Anpassung an vorgegebene Strukturen ist wichtig, wenn man etwas erreichen will, so die Botschaft der Sendungen, wie sie von vielen verstanden wird.

Ein Vorwurf an DSDS lautete, dass man Menschen, von denen man genau weiß, dass sie nicht singen oder sich nicht präsentieren können, der Öffentlichkeit vorführt und sie damit mehr oder weniger der Lächerlichkeit preisgibt. Ist das etwas, was Kinder und Jugendliche so wahrnehmen?

Daniel Hajok: Eine kleine Gruppe, nennen wir sie die „Spaßunterhaltungsnutzer“, will tatsächlich vor allem sehen, wie sich Menschen lächerlich machen, wie sie sich blamieren. Für diese meist männlichen Zuschauer ist DSDS nach den Vorcastings uninteressant, weil sie dann in diesem Sinne nicht mehr so viel zu lachen haben. Wenn man dann nachfragt, ob sie es okay finden, dass jemand so vorgeführt wird, erhält man Antworten wie: „Mein Gott, die wussten doch vorher, in welche Situation sie sich begeben.“ Interessanterweise zeigt sich bei den Jugendlichen, die mehr am Wettbewerb interessiert sind, dass sie diesen Aspekt ausblenden, weil sie eher an den Kandidatinnen und Kandidaten interessiert sind, die tatsächlich eine reale Chance haben.

Nun könnte es auch sein, dass es so etwas wie eine Gleichzeitigkeit von Amüsement auf der einen Seite und einem Lachen, das einem quasi im Halse stecken bleibt, auf der anderen Seite gibt. War diese Ambivalenz bei den befragten Kindern und Jugendlichen auch zu finden?

Maren Würfel: Vor allem bei den Coachingsendungen finden wir das sogar relativ stark, besonders bei *Die Super Nanny*. Gerade von Mädchen erhalten wir oft Aussagen wie: „Das ist lustig, die sind so krass, die Kinder, die sind so schlimm, so frech.“ Das heißt, es amüsiert sie auf einer Ebene zwar, aber auf der nächsten Ebene setzen sie sich auch mit der Geschichte auseinander. Ihnen tut die Familie leid und sie würden eine solche Familiensituation nicht haben wollen. Diese Ambivalenz finden wir oft. Der Grundtenor bei vielen ist: „Die Eltern tun mir leid, die Kinder tun mir leid und ich finde es schlimm, dass so etwas im Fernsehen gezeigt wird.“ Und darin steckt eine zweite Ambivalenz: Gleichzeitig finden es viele der befragten Mädchen und Jungen toll, dass die Supernanny über das Fernsehen öffentlich hilft, dass auch die Zuschauenden etwas davon lernen können. Sie selbst aber würden niemals wollen, dass ihre eigene Familie in diesen Kontexten im Fernsehen zu sehen ist.

Das heißt, die Öffentlichkeit wird bei den Castingformaten eher akzeptiert als bei den Coachings?

Maren Würfel: Ja, aus der Sicht von Kindern und Jugendlichen ist der Unterschied, dass sich die Castingteilnehmerinnen und -teilnehmer freiwillig in die Öffentlichkeit begeben, während bei Coachingformaten die Öffentlichkeit etwa in Person der Supernanny in die Privatsphäre Familie eindringt und dort in das Leben eingreift. Der Öffentlichkeitsaspekt spielt vor allem dann eine besonders große Rolle, wenn es um Kinder und jüngere Jugendliche geht oder um Jugendliche, die in besonders schweren Situationen stecken, wie etwa bei *Teenager außer Kontrolle*. Hier ist der Identifizierungsaspekt außerordentlich wichtig: Die Zuschauenden betrachten die Situation aus der Perspektive der Betroffenen und stellen sich vor, wie es wäre, wenn jemand in ihre Familie kommen würde und man das im Fernsehen sehen könnte.

Daniel Hajok: Auffällig ist auch, dass die Befragten die Supernanny absolut als Expertin wahrnehmen, was teilweise so weit geht, dass sie sich Gedanken über Erziehung und Erziehungskonzepte machen und überlegen, wie sie bestimmte Dinge, die sie in der Sendung wahrnehmen, konzeptionell in ihrem Leben umsetzen können. So erzählte uns z. B. ein Junge, dass er Erziehungsmethoden der Supernanny schon an seiner kleinen Schwester ausprobiert hat.

Dann scheint die Rückkopplung zur eigenen Lebensrealität zentral zu sein.

Maren Würfel: Ganz klar. Ich bin sogar der Meinung, dass Coaching-Sendungen wie *Die Super Nanny*, bei denen Kinder, Jugendliche und ihre Familien im Mittelpunkt stehen, eine große Orientierungsfunktion dahin gehend haben, dass die jungen Zuschauerinnen und Zuschauer ihre eigenen Alltagsprobleme ganz stark in Bezug dazu setzen. Wir haben z. B. Kinder, die ganz klar sagen: „Das Verhältnis zu meinen Eltern ist nicht so toll, deshalb kann ich mir abschauen, wie ich vielleicht ein besseres Kind sein kann.“ Das Interessante ist, dass die Sendungen zwar eine starke Orientierungsfunktion haben, dass sie aber im Vergleich zu Castings nur ganz wenig in den Peer-groups verhandelt werden. Dass die Rezeption ganz stark von den eigenen Problemlagen geprägt ist, zeigt auch folgendes Beispiel. Wir haben Kinder gebeten, uns zu erzählen, was in einer Sendung wie der *Super Nanny* so abläuft und wie sie das Erziehungskonzept der Supernanny wahrnehmen. Dabei hatten wir z. B. einen Jungen, der die Auffassung vertrat, dass ihm ab und zu ein Klaps auf den Hintern noch nie geschadet hätte und dies auch die Meinung der Supernanny sei. Dieser Junge nimmt nicht einmal explizit wahr, dass die Supernanny die entgegengesetzte Meinung vertritt, dass Schlagen nicht gut ist. Nach mehrfachem Nachfragen kommt dann die Antwort: „Nein, ich glaube, sie würde das vielleicht eher nicht machen.“ Aufgrund ihrer realen Erfahrungen nehmen Kinder die Aussagen der Supernanny so wahr, dass sie mit ihren Erfahrungen übereinstimmen. Dagegen haben andere Kinder ganz klar wahrgenommen, dass die Supernanny den Wert vertritt, dass Kinder nicht geschlagen werden. Das hat mich sehr überrascht.

Kommen wir noch einmal zurück auf DSDS: Ein Hauptvorwurf war, dass die Sendung davon lebe, dass Leute von der Jury heruntergeputzt werden und beim Zuschauer das Gefühl entsteht, dieses Verhalten, gerade von einer zentralen Figur wie Dieter Bohlen, sei in Ordnung. Daraus würde der Schluss gezogen, man könne selbst Schwache so behandeln.

Daniel Hajok: Mit den Ergebnissen unserer Untersuchung steht außer Frage, dass die Jury sehr fokussiert auf die Meinungsführer wahrgenommen wird. Das heißt aber nicht, dass die Kinder und Jugendlichen nicht differenzieren können. Häufig werden die anderen Jurymitglieder als Gegenentwurf wahrgenommen. Jeder steht für eine bestimmte Richtung, mit Menschen umzugehen, bei DSDS genauso wie bei GNTM. Dass Dieter Bohlen jedoch als Identifikationsfigur wahrgenommen wird, ist die ganz große

Ausnahme. In der Regel wird er sehr kritisch gesehen und oft abgelehnt. Auf der Begründungsebene bekommt diese Ablehnung dann viele Gesichter. Da wird Bohlen nicht nur wegen seiner Sprüche abgelehnt, sondern auch als inkompetent bezeichnet oder es wird vermutet, dass er die männlichen Kandidaten bevorzugt. Offenbar tut er einfach etwas, was viele der jungen Zuschauer nicht für richtig – oder besser für unfair und ungerecht halten.

Gibt es erkennbare Bildungsunterschiede im Hinblick auf die Wahrnehmung von Bohlen?

Daniel Hajok: Allgemein zur Nutzung von Castingshows hat die quantitative Untersuchung gezeigt, dass in der Gesamttendenz DSDS vor allem von Jugendlichen mit geringerem Bildungshintergrund geschaut wird, während z. B. GNTM erstaunlich viele Nutzer mit höherem Bildungsgrad hat. Hinsichtlich der Wahrnehmung von Bohlen konnten wir bislang aber keine verallgemeinerbaren Unterschiede bezüglich des Bildungshintergrunds feststellen. Beim „Spaßunterhaltungsnutzer“, der aus Sicht des Jugendmedienschutzes gewissermaßen zur Risikogruppe zählt, handelt es sich z. B. eher um höher gebildete, männliche Jugendliche. Wenn man von Hauptschülern spricht, muss man auch beachten, dass sie relativ zügig in die Erwachsenenwelt hineinwachsen, weil sie schnell in den Berufsalltag einsteigen. Dadurch besteht viel eher die Notwendigkeit, sich mit moralischen Fragen bezüglich des Umgangs mit anderen auf der alltagspraktischen Ebene auseinanderzusetzen.

Unter den Castingshows erfreut sich neben DSDS auch GNTM besonders bei den Mädchen großer Beliebtheit. Welche Rolle spielt das Schönheitsideal für die Rezeption von GNTM?

Maren Würfel: Es wird sich ganz klar mit Fragen auseinandergesetzt wie: Wer ist schön genug? Wer ist dünn genug? Die Bewertungsmaßstäbe der Jury werden fast eins zu eins von den Mädchen, die die Sendung sehen, übernommen. Einerseits sind sie der Meinung, dass es die richtigen Kriterien sind, da man sonst im Modelbusiness nicht weiterkommt. Andererseits ist aber auch völlig klar: Was dort präsentiert wird, sind nicht einfach nur Kriterien für den Modelberuf, sondern sie werden schleichend auch als Maßstab adaptiert für Menschen und hier vor allem für Frauen, die im Leben erfolgreich sein wollen.

Daniel Hajok: Nur in einem Fall hatten wir bei einem Mädchen, das GNTM schaute, Anhaltspunkte dafür, dass sie ihren eigenen Körper viel kritischer und unzufriedener betrachtete, als es der Realität entsprochen hätte. Ich denke aber, dass es bei der Wahrnehmung der Sendung auch darum geht, was die Kandidatinnen noch ausmacht. Klar, das Aussehen ist wichtig, aber es spielen auch Werte wie Mut oder Selbstüberwindung eine Rolle, nicht zuletzt, wenn man an die Challenges denkt.

Maren Würfel: Ich verstehe das eher als Mut auf einer Disziplinierungsebene. Wenn ich etwas unbedingt erreichen will und dazu Dinge von mir verlangt werden, vor denen ich eigentlich Angst habe oder mich ekle, dann muss ich die Disziplin haben, es trotzdem durchzuziehen. Das ist ein eindeutiges Kriterium, das Heidi Klum an ihre Kandidatinnen anlegt. Das hat wieder etwas mit Anpassungsdruck zu tun, der auch an der Sendung kritisiert wird. Das heißt, wenn eine junge Frau wirklich Fotomodell werden will, dann muss sie dieses und jenes machen, auch wenn es ihr nicht gefällt. Die Botschaft ist: Ohne Leistung und Disziplin hast du keinen Erfolg.

Gibt es besondere Hinweise darauf, dass Kindern bei DSDS oder GNTM Verhaltensweisen aufgefallen sind, die nach ihrer Meinung Grenzen übertreten haben?

Daniel Hajok: Es gab eine Bewertung von Dieter Bohlen, die eine besondere Qualität von Härte hatte, gar nicht auf der begrifflichen Ebene, sondern eher in die Richtung: „Du bist so schlecht, du kannst gar keine Bewertung bekommen.“ Das heißt, er hat den Kandidaten nicht nur als einen schlechten Kandidaten bewertet, sondern ihn einfach zu einem „Nichtkandidaten“ degradiert. So etwas wird schon als eine besondere Härte der Ablehnung wahrgenommen. Dementgegen wurde eine Kandidatin thematisiert, die wie eine Opernsängerin gesungen hat und total ausgeflippt ist, nachdem Bohlen sie beschimpft hat. Hier haben sie wiederum die Verhaltensweise der Kandidatin als inadäquat bezeichnet, wodurch die Grundmeinung klar wird: Wenn sich jemand in dieses Regelwerk hineinbegibt, dann muss er auch die Spielregeln akzeptieren. Und das, obwohl es für die Teilnehmerin durchaus Sympathien gab, was ihren Gesang anging.

Nach Ihrem momentanen Stand der Auswertung: Was halten Sie unter Jugendschutzaspekten für das wichtigste Ergebnis?

Maren Würfel: Meiner Meinung nach ist das die extrem starke Identifizierung der jungen Zuschauer mit den Kindern und Jugendlichen in den Coachingsendungen. Wenn eine Mutter auf ihr Kind einschlägt und das permanent wiederholt wird, dann ist das etwas, was Kinder vor dem Fernseher unglaublich stark belastet. Ich hätte nicht vermutet, dass dieses Mitfühlen bzw. Mitgefühl so stark ist und dass die Kinder Sendungen wie diese tatsächlich als Lebenshilfe wahrnehmen, die die Sender anbieten, um diesen Familien zu helfen. Gerade die Jüngeren glauben das. Die Genrekompentenz dahin gehend, dass die Interessen des Fernsehsenders erkannt werden, haben wir bei diesem Format nicht so stark, insbesondere nicht bei der Figur der Supernanny. Bei ihr glauben fast alle Jugendlichen, dass ihr die Kinder und Familien wirklich am Herzen liegen. Selbst die Jugendlichen, die sagen, dass alles stark inszeniert sei – und das kritisch hinterfragen –, nehmen Katia Saalfrank als diejenige wahr, die den Familien wirklich helfen will. Sie steht für klare Werte, unabhängig von der Inszenierung.

Daniel Hajok: In diesem Kontext waren für mich auch die Antworten auf die Frage interessant, was die Kinder und Jugendlichen anders machen würden, wenn sie ein Castingformat selbst gestalten müssten: den Umgang mit den Kandidaten. Sie würden eher die Richtung einer klaren Leistungsbewertung, weg von persönlichen Angriffen, präferieren. Ein weniger persönlich diffamierender Umgang wäre den jungen Zuschauern also lieber. Auch das weist darauf hin, dass die Sendungen nicht unbedingt zu einem Lerneffekt oder einer Desensibilisierung gegenüber den Schwachen führen, sondern dass deren Gefühle durchaus wahrgenommen und respektiert werden.

Das Interview führte Prof. Joachim von Gottberg.

Weitere Informationen zur Untersuchung

Auftraggeber:

Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen e. V. (FSF)

Durchführende:

Dr. Achim Hackenberg, Dr. Daniel Hajok, Jan Keilhauer, Achim Lauber, Dr. Olaf Selg und Maren Würfel von der Arbeitsgemeinschaft Kindheit, Jugend und neue Medien (AKJM)

Untersuchungszeitraum:

Frühjahr 2009 bis Frühjahr 2011

Quantitative Onlinebefragung von 1.165 12- bis 17-Jährigen und 1.484 18- bis 24-Jährigen:
Herbst 2009

Leitfadengestützte Intensivinterviews mit 36 8- bis 15-Jährigen:
Sommer 2010

Veröffentlichungen:

u. a. in tv diskurs, Ausgabe 51, 1/2010 und JMS-Report 1-2011. Im Sommer 2011 erscheint ein Herausgeberband mit den Ergebnissen dieser und anderer Untersuchungen zum Thema.