

# **Medienforschung**

herausgegeben von Helmut Lukesch

---

Band 1

## **Jugendmedienstudie**

**Verbreitung, Nutzung und ausgewählte  
Wirkungen von Massenmedien bei Kindern und  
Jugendlichen.**

**Eine Multi-Medien-Untersuchung über  
Fernsehen, Video, Kino, Video- und  
Computerspiele sowie Printprodukte**

Helmut Lukesch, Karl-Heinz Kischkel, Anne Amann  
Sieglinde Birner, Mechthild Hirte, Rainer Kern,  
Renate Moosburger, Luise Müller, Bärbel Schubert und  
Hans Schuller

**S.Roderer Verlag Regensburg 1989**

# INHALTSVERZEICHNIS




## Vorwort

0	<b>Einleitung</b>	18
1	<b>Medienökologie - zur Entwicklung des massenmedialen Angebots</b>	22
1.1	Auditive Medien	23
1.2	Fernsehen	24
1.3	Kabel- und Satellitenfernsehen	27
1.3.1	Entwicklung des Kabel- und Satellitenfernsehangebots	27
1.3.2	Nutzungserfahrungen	28
1.4	Videorecorder und Bildplattengeräte	33
1.5	Videotext	35
1.6	Bildschirmtext	36
1.7	Kino	39
1.8	Printmedien	42
1.9	Video- und Computerspiele	44
2	<b>Die Nutzung der Massenmedien durch Kinder und Jugendliche</b>	47
2.1	Auditive Medien	47
2.1.1	Allgemeine Nutzungsdaten	47
2.1.2	Auditiver Medienkonsum von Kindern und Jugendlichen	49
2.1.2.1	Gerätebesitz	49
2.1.2.2	Nutzungszeiten auditiver Medien	52
2.1.2.3	Bevorzugte Hörfunkinhalte	54
2.1.2.4	Musikvorlieben	55

2.2	Fernsehnutzung	56
2.2.1	Allgemeine Nutzungsdaten	56
2.2.2	Fernsehkonsument von Kindern und Jugendlichen	60
2.2.2.1	Gerätebesitz/Empfangsmöglichkeiten	60
2.2.2.2	Fernsehnutzungsaspekte	62
+ 2.2.2.3	Rezeptionssituation während des Fernsehens	66
2.2.2.4	Inhaltliche Aspekte des Fernsehkonsums bei Kindern und Jugendlichen	71
× 2.2.2.5	Elterliche Erziehungsmaßnahmen und das Fernsehen	77
× 2.2.3	Fernsehen als Sucht und als Droge	81
+ 2.2.3.1	Bindung an das Fernsehen	81
× 2.2.3.2	Ist Fernsehen eine Unterhaltungsdroge?	83
× 2.2.3.3	Ist Vielsehen eine Sucht?	86
× 2.2.3.4	Empirische Befunde zur Fernsüchtigkeit	89
2.3	<u>Videokonsum bei Kindern und Jugendlichen</u>	93
2.3.1	<u>Quantitative Nutzungsaspekte von Video</u>	93
2.3.1.1	Gerätebesitz	93
2.3.1.2	Zugang zum Distributionsmedium Video	96
2.3.1.3	Kontakthäufigkeit mit Video	98
2.3.1.4	Aktiver Umgang mit Video	104
2.3.2	Herkunft von Video-Filmen	106
2.3.2.1	Allgemeine Daten	106
2.3.2.2	Jugendstudien	107
2.3.3	Rezeptionssituation beim Video-Konsum	111
2.3.4	Inhaltliche Aspekte des Videokonsums bei Kindern und Jugendlichen	117
2.3.4.1	Sehhäufigkeit und Beliebtheit von Video-Film-Genres	117
2.3.4.2	Exkurs: Profile von Horrorfilm- und Sexfilmnutzern	126
2.3.4.2.1	Horrorfilmnutzer	126
2.3.4.2.2	Sexfilmnutzer	129
2.3.4.3	Die Verbreitung indizierter und konfiszierter Video-Filme	130
2.3.4.4	Interrelationen zwischen verschiedenen Qualitäten der Videonutzung	135

2.3.5	Motivationen zum Video-Gebrauch	137
2.3.6	Subjektive Erlebnisse beim Video-Konsum	147
2.4	Kino	152
2.4.1	Allgemeine Nutzungsaspekte	152
2.4.2	Kinonutzung bei Kindern und Jugendlichen	153
2.4.2.1	Quantitative Nutzungsdaten	153
2.4.2.2	Motivationale und soziale Aspekte des Kinobesuchs	156
2.4.2.3	Inhaltliche Nutzung von Kinofilmen	161
2.5	Printmediennutzung	164
2.5.1	Allgemeine Trends in der Nutzung von Printprodukten bei Kindern und Jugendlichen	164
2.5.2	Haushaltsausstattung mit Printprodukten	169
2.5.2.1	Buchbesitz und Leihbibliotheksnutzung	171
2.5.2.2	Tageszeitung, Wochenzeitung und Zeitschriften	176
2.5.2.3	Jugendzeitschriften, Comics und Romanhefte	181
2.5.3	Quantitative Aspekte der Printmediennutzung	186
2.6	Video- und Computerspiele	189
2.6.1	Verbreitung von Video-Spielen unter Kindern und Jugendlichen	189
2.6.1.1	Allgemeine Besitzdaten	189
2.6.1.2	Geräteausstattung	191
2.6.1.3	Nutzungsintensität von Video-Spielen	193
2.6.1.4	Spielorte und soziale Situation beim Video-Spielen	197
2.6.2	Beliebtheit verschiedener Video-Spiel-Kategorien	203
2.6.3	Bewertung des Video-Spielens durch Kinder und Jugendliche	209
2.6.4	Kreativer Umgang mit Video-Spielen	216
2.7	Rückblick auf die Mediennutzung von Kindern und Jugendlichen	218
2.7.1	Wöchentliche Mediennutzung	218
2.7.2	Mediennutzungstypologie	223

<b>3</b>	<b>Freizeitaktivitäten und Medienkonsum bei Kindern und Jugendlichen</b>	<b>229</b>
3.1	Allgemeines aus der Freizeitforschung	229
3.1.1	Zum Begriff „Freizeit“	229
3.1.2	Funktionen der Freizeit	231
3.1.3	Determinanten der Interessensgenese	233
3.1.4	Freizeitverhalten Jugendlicher	236
3.1.4.1	Zeitbudget	236
3.1.4.2	Freizeitpartner	237
3.1.4.3	Freizeitaktivitäten	240
3.1.4.4	Freizeitwunsch und Freizeitwirklichkeit	244
3.2	Ergebnisse zu Freizeit- und Medienakti- vitäten	245
3.2.1	Beschreibung der Freizeitaktivitäten von Kindern und Jugendlichen	245
3.2.2	Freizeit- und Medienverhalten von Viel- und Wenigsehern	252
3.2.3	Freizeit- und Medienverhalten von Viel- und Weniglesern	257
3.2.4	Freizeit- und Medienverhalten von Videonut- zern	261
3.2.4.1	Videokonsum und Freizeitaktivitäten	261
3.2.4.2	Videokonsum und die Nutzung anderer Mas- senmedien	264
3.2.5	Video-Spiele und Freizeitnutzung	268
3.2.5.1	Allgemeine Befunde	268
3.2.5.2	Videospielnutzung und die Verwendung an- derer Medien	270
3.2.5.3	Videospielnutzung und andere Freizeitakti- vitäten	275
3.3	Zusammenfassung	277

4	Effekte der Massenmedien?	283
4.1	Rückblick auf die Medienwirkungsforschung	283
4.2	Gewaltkonsum durch audiovisuelle Medien und aggressives Verhalten beim Zuschauer	303 
4.2.1	Medienpsychologisch relevante Untersuchungen	303
4.2.2	Fragestellungen und Hypothesen zu Wirkungen gewalthaltiger Filme	308
4.2.3	Ergebnisse zu Medienkonsum und Aggressivität von Jugendlichen	309
4.2.3.1	Lebensweltliche Einpassung von Aggressionstendenzen	309
4.2.3.2	Audiovisueller Gewaltkonsum und Aggressivität	321
4.2.3.3	Kausalmodell über audiovisuellen Gewaltkonsum und Aggressivität	328
4.2.3.4	Zusammenfassung der Ergebnisse zu Medienkonsum und Aggressivität	331 
4.3	Audiovisuelle Medien und Moralität	335
4.3.1	Psychologische Konzepte von Moral und Methoden zu deren Erfassung	335
4.3.2	Einflußgrößen auf das moralische Urteilen	342
4.3.3	Medienkonsum und Moralität	347
4.3.4	Hypothesen zu Medienkonsum, Moral und Aggressivität	350 
4.3.5	Ergebnisse zu Medienkonsum und moralischem Urteil bei Jugendlichen	351
4.3.5.1	Soziodemographische Merkmale und moralisches Urteilen	351
4.3.5.2	Medienvariable und moralisches Urteilen	356
4.3.5.3	Zusammenfassung der Ergebnisse zu Medienkonsum und moralischem Urteilen	361

4.4	Medienkonsum, abweichendes Verhalten und Delinquenz	364
4.4.1	Medienkonsum und abweichendes Verhalten	364
4.4.2	Konzeption und Fragestellung der Untersuchung zu Medienkonsum und abweichendem Verhalten	367
4.4.3	Ergebnisse zu Medienkonsum und abweichendem Verhalten	368
4.4.3.1	Soziodemographische Merkmale und abweichendes Verhalten	368
4.4.3.2	Medienkonsumvariablen und abweichendes Verhalten	372
4.4.3.3	Kausalmodell über audiovisuellen Gewaltkonsum und Kleinkriminalität	382
4.4.3.4	Zusammenfassung der Ergebnisse zu Medienkonsum und abweichendem Verhalten	383
4.5	Psychosomatische Korrelate des Medienkonsums	386
4.5.1	Psychosomatische Störungen und Medienkonsum	386
4.5.1.1	Theoretische Konzepte und epidemiologische Daten	387
4.5.1.2	Film und Fernsehen als Stressoren?	388
4.5.1.3	Mechanismen des Erregungsabbaus und der Zusammenbruch psychischer Abwehrmechanismen	392
4.5.2	Fragestellung und Hypothesen	394
4.5.3	Ergebnisse zu psychosomatischen Korrelaten des Medienkonsums	398
4.5.3.1	Psychosomatische Beschwerden und soziodemographische Merkmale	398
4.5.3.2	Psychosomatische Beschwerden und Medienkonsum	401
4.5.3.3	Verarbeitungsmechanismen als Moderatorvariablen beim Videokonsum	405
4.5.3.4	Zusammenfassung der Ergebnisse zu psychosomatischen Aspekten des Medienkonsums	407

4.6	Soziale Beliebtheit, schulische Leistungen und Medienkonsum	409
4.6.1	Vorbemerkung	409
4.6.2	Fragestellung und Methodik	409
4.6.3	Ergebnisse zu sozialer Beliebtheit, schulischen Leistungen und Medienkonsum	412
4.6.3.1	Allgemeine Bedingungen für soziale Beliebtheit und schulische Leistungen	412
4.6.3.2	Medienkonsum, soziale Beliebtheit und schulische Leistung	418
4.6.3.3	Zusammenfassung der Ergebnisse über Medienkonsum, soziale Beliebtheit und schulische Leistungen	424
4.7	Selbstkonzeptrelevante Aspekte des Medienkonsums	426
4.7.1	Medienkonsum und Selbstkonzept	426 <del>A</del>
4.7.2	Konzeption und Fragestellungen der Untersuchung über selbstkonzeptrelevante Aspekte des Medienkonsums	431
4.7.3	Ergebnisse zu Selbstkonzept und Medienkonsum	432
4.7.3.1	Soziodemographische Variable, Freizeitskalen und Selbstkonzept	432
4.7.3.2	Medienkonsum und Selbstkonzept	436
4.7.3.3	Zusammenfassende Diskussion der Ergebnisse zu Selbstkonzept und Medienkonsum	441
4.8	Wirkung von Videospiele?	447
4.8.1	Befunde zu Auswirkungen des Videospiele	447
4.8.2	Fragestellung und Methodik	450
4.8.3	Korrelate des Videospiele	451
4.8.4	Zusammenfassung	456



<b>Literaturverzeichnis</b>	457
<b>Anhang</b>	481
<b>A Stichprobenbeschreibung</b>	482
<b>B Erhebungsinstrumente</b>	492
Skalen zur Erfassung gewalthaltigen Medienkonsums	492
Skalen zur Erfassung von informations- und unterhaltungsorientierten audio-visuellen Medienkonsum	495
Skalen zur Erfassung von Fernsehsüchtigkeit	498
Skalen zur Erfassung des Freizeitverhaltens	500
Skalen zur Erfassung abweichenden Verhaltens	502
Skalen zur Erfassung psychosomatischer Beschwerden	506
Skalen zur Erfassung des Selbstkonzepts	508
Methode zur Messung der Stufe des moralischen Urteilens	518
Skalen zur Erfassung von Aggressivität	524
Skalen über die Einstellung zum Videospielen	527
Skala über Angstsymptome bei Videofilmen	530
Skala zur Erfassung der Einstellungen zum Medium Video (Videogefallen)	531
<b>C Kennzeichnung der in der Bundesrepublik bis 1985 durchgeführten Videostudien an Jugendlichen</b>	533