



Stipendiatin

Vor- und Nachname: **Julia Stüwe**

Geburtsjahr: 1992

Aktueller Lebensort: Rostock



Schulausbildung	2002-2010 Friedrich-Franz-Gymnasium Parchim (Abschluss: 1,5)
Universitärer Werdegang	10/2011-08/2013 Universität Rostock, B.A. Germanistik / Kommunikations- und Medienwissenschaften (Abschluss 1,6) 10/2013-04/2017 Universität Rostock, M.A. Kommunikations- und Medienwissenschaften / Germanistik
Praktika und Jobs	09/2016-04/2017 Universität Rostock: Studentische Hilfskraft im Forschungsprojekt „Audiovisuelle Diversität“ 04/2015-11/2016 Gusti Leder GmbH: Mitarbeiterin in PR/Social Media, Texterin, Übersetzerin D-SV 04/2014-09/2015 N-JOY vom NDR: Freie Mitarbeiterin für den Raum Rostock 08/2010-09/2011 ANTENNE MV: Freie Mitarbeiterin, Line-Producerin
Sprachen	Englisch - fließend in Wort und Schrift Schwedisch - fließend in Wort und Schrift Französisch - Grundkenntnisse
Hobbys und Freizeit	Künstlerische Gestaltung (Auszeichnungen im Europäischen Wettbewerb), Klavier spielen, Jazzdance, Lesen, Radio-, Ton- und Videoproduktion



Promotionsprojekt

Titel:

AYAs Online. Das (digitale) Mediennutzungsverhalten von jungen Erwachsenen mit Krebserkrankungen

Universität Rostock

Institut für Medienforschung

Prof. Dr. phil. Elizabeth Prommer

Krebs ist im allgemeinen gesellschaftlichen Verständnis eine Erkrankung, die eher ältere Menschen betrifft. Nur etwa eine*r von 20 Krebspatient*innen ist jünger als 40 Jahre. Bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen mit Krebs handelt es sich demnach zahlenmäßig um eine absolute Minderheit unter den Betroffenen (vgl. Hilgendorff et al. 2011: 2).

Sehen sich Jugendliche und junge Erwachsene dennoch plötzlich mit dieser Diagnose konfrontiert, bringt das nicht nur bekannte physiologische Einschränkungen, sondern auch besondere soziale und emotionale Herausforderungen mit sich. Die Gruppe der AYAs (Adolescent and Young Adult) ist - da ist sich die Forschung einig - eine spezielle Altersgruppe, gekennzeichnet durch ganz eigene Eigenschaften und Umstände (vgl. Hilgendorff et al. 2011; Palmer et al. 2014; Chou/Moskowitz 2016; Perales et al. 2016). Die Diagnose ist eine einschneidende Erfahrung in einem Lebensalter, in welchem Gedanken über schwere Krankheiten oder sogar den Tod wenig bis gar nicht existieren. Für die Erwachsenenstation oftmals zu jung und für die Kinderstation zu alt fällt es nicht nur in der medizinischen Verwaltung schwer, die AYAs zu verorten, sondern auch in ihrer psychosozialen Struktur. Die große Altersspanne von mindestens 15 bis maximal 39 Jahren schafft eine auffällige Heterogenität der Gruppe, da Betroffene an unterschiedlichen Punkten ihres Lebens stehen. Schule, Ausbildung oder Karrierepläne, die Abnabelung vom Elternhaus und Autonomie, Partnerschaften und Peergroups sowie die Familiengründung - sie alle entwerfen ein sehr differentes Bild dieser Gruppe.

Die AYAs zeichnen sich aber nicht nur durch ihre besonderen sozialen und individuellen Aspekte im Vergleich zu älteren Patient*innen aus, sondern auch in ihrem Medienverhalten. In der Altersgruppe 14- bis 39 Jahren nutzten 2016 laut ARD/ZDF Online-Studie durchschnittlich 87,3 Prozent täglich das Internet (vgl. Koch/Frees 2016: 418-436). Damit sind ungefähr 20,7 Millionen Menschen in Deutschland jeden Tag im World Wide Web unterwegs. Die Kommunikation im Internet, worunter auch Social Media Angebote zählen, wird in der Altersgruppe der 14 bis 29-jährigen am häufigsten angewendet. 122 Minuten fallen dabei täglich für die Nutzung von Facebook, Whatsapp und Co. ab, dicht gefolgt von 86 Minuten audiovisueller Mediennutzung (z.B. Fernsehsendungen schauen oder Musik hören) und der Informationssuche mit 41 Minuten. Im direkten Vergleich mit den anderen



Altersgruppen zeigen die jungen Menschen die höchste tägliche Onlinenutzung in diesen drei Bereichen. Mittel zum Zweck ist hierbei eindeutig mit 95 Prozent das Smartphone.

Basierend auf diesen allgemeinen Erkenntnissen möchte ich meinen Forschungsschwerpunkt bewusst auf das Social Media- und (digitale) Mediennutzungsverhalten von AYA-Patient*innen sowie -Überlebenden legen. Ziel des Promotionsvorhabens ist es, die Besonderheiten dieser Altersgruppe bezüglich ihres Kommunikationsverhaltens zur Identität und Information im Umgang mit ihrer Erkrankung zu verstehen.

Literaturverzeichnis:

- **Hilgendorf I.** et al. (2011). Onkologische Erkrankungen bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen – Zahlen aus dem Klinischen Krebsregister Rostock als Arbeitsgrundlage für eine interdisziplinäre Herausforderung. *TumorDiagnostik & Therapie*; 32. S. 85-92.
- **Palmer S. / Patterson P. / Thompson K.** (2014): A national approach to improving adolescent and young adult (AYA) oncology psychosocial care: The development of AYA-specific psychosocial assessment and care tools, in: *Palliative and Supportive Care*. 12. S. 183-188.
- **Chou W.S. / Moskowitz M.** (2016): Social media use in adolescent and young adult (AYA) cancer survivors, in: *Current Opinion in Psychology*. 9. S. 88–91.
- **Perales M-A. / Drake E.K. / Pemmaraju N.** (2016). Social Media and the Adolescent and Young Adult (AYA) Patient with Cancer, in: *Social Media Impact of Hematologic Malignancies*.
- **Koch W. / Frees B.** (2016): Dynamische Entwicklung bei mobiler Internetnutzung sowie Audios und Videos, in: *Media Perspektiven* 9/2016. S. 418-437.

Motivation zum Promotionsthema und dem Stipendium bei der Deutschen Stiftung für junge Erwachsene mit Krebs

Wie müssen sich Jugendliche und junge Erwachsene fühlen, wenn das ganze Kartenhaus namens Zukunft durch eine Krebsdiagnose plötzlich zusammenfällt? Diese Frage führte mich in das Feld der Gesundheitskommunikation rund um die PatientInnengruppe der AYAS. Dank des Instituts für Medienforschung der Universität Rostock erhielt ich die Möglichkeit, auf dem 6. Symposium zu Krebserkrankungen im Jugend- und Erwachsenenalter in der Kinder- und Jugendklinik Rostock die *Deutsche Stiftung für junge Erwachsene mit Krebs* und ihr Wirken kennenzulernen sowie Blickwinkel und Gedanken junger Krebspatient*innen anzuhören. Der Versuch zu verstehen, aber die Grenzen des Wissens darüber, wie diese Altersgruppe wirklich funktioniert und was sie denkt, haben mich angeregt, diesen Bereich genauer untersuchen zu wollen. Vor allem ihr digitales Mediennutzungsverhalten weckte dabei meine Aufmerksamkeit. Junge Menschen halten über



soziale Medien weit entfernte und nahe Kontakte aufrecht, stehen über WhatsApp mit Familie und Freunden in ständiger Verbindung, präsentieren sich auf Instagram oder snappen ihr Leben. Google und Wikipedia sind meistens nur einen Klick entfernt. Daher habe ich mit großem Interesse die sozialmedialen Aktivitäten der Stiftung auf Facebook und die audiovisuellen Inhalte auf YouTube verfolgt und fand sie in Art, Weise und Umfang überaus interessant und spannend. Ich stellte mir daraufhin die Frage, ob die Erkrankung gewisse, schon routiniert erscheinende Nutzungsmuster der AYA-Patient*innen verändert? Wenn ja, wie und wie reagieren Familie und Freunde auf diese Veränderungen? Vor welchen Herausforderungen stehen Erkrankte, Familie, Freunde und das medizinische Personal, wenn Informationen allzeit und in einem unendlich großen Umfang zur Verfügung stehen? Diese Fragen haben mich zu dem Promotionsprojekt „AYAs Online“ inspiriert.

Mit Hilfe des Promotionsstipendiums der *Deutschen Stiftung für junge Erwachsene mit Krebs* sollen verschiedene Kommunikationsstrategien herausgearbeitet werden, die die Heterogenität der Patient*innengruppe abdecken, um eine optimale und individuelle Betreuung der Betroffenen nicht nur medizinisch, sondern auch psychosozial leisten zu können.

Zukunftsplanung und Wünsche

Im Rahmen meines Masterstudiums bin ich das erste Mal mit dem Feld der Gesundheitskommunikation in Kontakt gekommen. Die Abhängigkeit von Information und Gesundheit hat mich fasziniert, weshalb ich mich zukünftig weiter in diesem Bereich engagieren werde.

Mit dem Promotionsprojekt möchte ich einen Teil dazu beitragen, die Patient*innengruppe rund um die AYAs in ihrem Medien- und Kommunikationsverhalten besser verstehen zu können. Das Projekt ist für zwei Jahre geplant, wovon im ersten Jahr mit Hilfe des Stipendiums der *Deutschen Stiftung für junge Erwachsene mit Krebs* Patient*innen und Überlebende direkt zu ihrem Nutzungsverhalten befragt werden sollen, bevor zusätzlich medizinische Dienstleister und Angehörige hinzugezogen werden. Mittels der verschiedenen Perspektiven soll ein umfangreiches Bild über genutzte Mediendienste und Kommunikationsverfahren entworfen werden, welches zukünftig in Behandlungen und Nachsorgen integriert und somit den Therapieerfolg sowie das Arzt-PatientIn-Informations-verhältnis nachhaltig optimieren soll.