

Fünf Jahre JIM-Studie Jugend, Information, (Multi-)Media

→ Medienverhalten Jugendlicher in Deutschland

Von Sabine Feierabend* und Walter Klingler**

Fünfjahresbilanz der JIM-Studie von 1998 bis 2002

Die heute Zwölf- bis 19-Jährigen wachsen wie keine Generation zuvor in einer stark von Medien geprägten Welt auf. Dies gilt besonders hinsichtlich der so genannten neuen Medien – Computer, Internet und Onlinedienste. Vor diesem Hintergrund sind Untersuchungen notwendig, die sich mit den möglichen Veränderungen der Mediennutzung – sowohl der klassischen als auch der neuen Medien – unter den sich sehr dynamisch verändernden Rahmenbedingungen beschäftigen. Dieser Aufgabe widmet sich der Medienpädagogische Forschungsverbund Südwest, der im Jahr 1998 erstmals die Studie JIM – Jugend, Information, (Multi-)Media der Öffentlichkeit vorstellte. Seither wird diese Basisuntersuchung zum Medienumgang Zwölf- bis 19-Jähriger im Jahresturnus (1) neu aufgelegt.

Ein solch mittel- und langfristiger Ansatz erlaubt es, bei gleichbleibenden Themen und Fragen und gleichzeitiger, auf aktuelle Entwicklungen reagierender Fortschreibung Kontinuitäten und Veränderungen im Umgang von Jugendlichen mit Fernsehen, Radio, Computer, Internet und anderen Medien abzubilden. Damit ist auch eine Fortschreibung der jeweils aktuellen Mediensozialisation in Deutschland möglich. Der nachfolgende Bericht zieht mit Hilfe eines Vergleichs der Daten aus dem Jahr 1998 mit den aktuell vorliegenden des Jahres 2002 eine erste Fünfjahresbilanz.

Zur Methode

Die Grundgesamtheit der JIM-Studien bilden jeweils die (zur Zeit rund sechs Millionen) Jugendlichen im Alter von zwölf bis 19 Jahren in Telefonhaushalten der Bundesrepublik Deutschland. Die Interviews wurden telefonisch durchgeführt. Feldarbeit und Datenprüfung lagen beim Enigma-Institut, Wiesbaden. Geringe Abweichungen der Sollstruktur wurden durch eine jeweilige Gewichtung der Merkmale Geschlecht und Alter (Basis: Statistisches Bundesamt, Stand 31.12.1996 und 31.12.2000) ausgeglichen (vgl. Tabelle 1).

Träger der Studie

Wie in den vergangenen Jahren haben sich als Träger dieser Studie der Medienpädagogische Forschungsverbund Südwest – eine Forschungs Kooperation zwischen der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LFK), der Landeszentrale für private Rundfunkveranstalter (LPR) und dem Südwestrundfunk (SWR) – und die Zeitungs Marketing Gesellschaft (ZMG) in Zusammenarbeit mit

① **Zusammensetzung der Stichprobe**

in %

	1998 (n=803) März/April 1998	2002 (n=1 092) Mai-Juli 2002
Mädchen	49 (n=391)	51 (n=532)
Jungen	51 (n=412)	49 (n=560)
12-13 Jahre	25 (n=201)	26 (n=279)
14-15 Jahre	24 (n=198)	25 (n=277)
15-17 Jahre	26 (n=204)	24 (n=265)
18-19 Jahre	25 (n=200)	25 (n=271)
Hauptschule	23 (n=186)	20 (n=223)
Realschule	37 (n=296)	37 (n=403)
Gymnasium	40 (n=322)	43 (n=466)

Quelle: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: JIM 1998; JIM 2002.

der Bundeszentrale für politische Bildung und den Landeszentralen für politische Bildung Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz sowie der Stiftung Lesen zusammengefounden. Die Federführung der Studie oblag dem Medienpädagogischen Forschungsverbund Südwest.

Die zentralen Untersuchungsdimensionen der JIM-Studien sind die Bereiche Freizeitaktivitäten, Themeninteressen und Informationsquellen, Mediennutzung, Fernsehpräferenzen, Medienbesitz, Computer- und Internetnutzung, Einstellungen zu bzw. Images von Computer und Internet, Computer und Schule, Medienfunktionen, Handy und SMS und schließlich die Medienbindung.

Zentrale Untersuchungsdimensionen

Themeninteressen

Welchem Bedeutungswandel unterliegen verschiedene Themenbereiche im Leben Jugendlicher? Mit Hilfe einer Sechskerskala (1 = ist für mich sehr interessant, 6 = ist für mich überhaupt nicht interessant) wurden vorgegebene Themenbereiche abgefragt. Die Nennungen der so genannten Top-Boxes (Skalenpunkte 1 und 2) zeigen aktuell folgende Themenschwerpunkte:

Von größtem Interesse für Jugendliche waren im Jahr 2002 der Bereich Freundschaft (97%) sowie das Themengebiet Musik (88%). Auch die Themen Liebe und Partnerschaft (77%), Ausbildung/Beruf (75%), Sport (72%) und Mode/Kleidung (64%) erfreuten sich großer Beliebtheit. Als wichtig empfand mehr als die Hälfte der Befragten die Bereiche Kino/Filme, Musikstars/Bands, Internet, Computer (ohne Spiele/Internet), Gesundheit/Medizin und Reisen. Das geringste Interesse brachten die Jugendlichen den abgefragten Bereichen Wirtschaft und Politik entgegen (vgl. Tabelle 2).

Freundschaft und Musik interessieren Jugendliche am meisten

Geschlechtsspezifische Interessensgebiete traten im Jahr 2002 erneut nach den bekanntesten Mustern auf. Von Mädchen und jungen Frauen wurden häufiger die Themenfelder Liebe und Partnerschaft, Mode, Reisen, Gesundheit und Kunst/Kultur als besonders interessant bewertet; bei Jungen und jungen

Geschlechts- und altersspezifische Schwerpunkte

* Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg, Landeszentrale für private Rundfunkveranstalter Rheinland-Pfalz, Südwestrundfunk).

** SWR-Medienforschung.

② Themeninteressen Jugendlicher

Top Boxes (Wert 1+2 einer Sechskerskala), in %

	Gesamt		Mädchen		Jungen	
	1998 (n=803)	2002 (n=1 092)	1998 (n=391)	2002 (n=532)	1998 (n=412)	2002 (n=560)
Freundschaft	92	97	93	98	90	97
Musik	84	88	88	91	80	85
Liebe/Partnerschaft	71	77	76	81	66	73
Ausbildung/Beruf	68	75	70	77	66	73
Sport	69	72	60	67	77	77
Mode/Kleidung	59	64	72	76	47	52
Musik-Stars/Bands*	-	59	-	63	-	56
Kino/Filme*	-	59	-	63	-	56
Internet*	-	56	-	53	-	59
Gesundheit/ Medizin	52	54	58	61	47	47
Computer (ohne Spiele/Internet)*	-	54	-	43	-	65
Computer und alles was damit zu tun hat*	41	-	21	-	60	-
Reisen*	-	52	-	62	-	42
Schule	44	48	44	53	44	44
Umwelt(schutz)	51	44	50	48	52	40
Film-/TV-Stars*	-	44	-	49	-	40
Prominente, Stars und ihre Schicksale*	28	-	37	-	20	-
Computerspiele*	-	37	-	19	-	55
Autos*	-	36	-	20	-	51
Technik*	-	36	-	14	-	58
Kunst/Kultur	18	22	26	30	11	15
regionale Politik	18	17	15	16	20	19
Wirtschaft	14	17	12	13	17	21
überregionale Politik/Bundesrepublik	11	15	9	12	13	18

* unterschiedliche Fragestellung/nicht erhoben.

Quelle: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: JIM 1998; JIM 2002.

Männern stießen die Bereiche Sport, Technik, Auto, Computer und Computerspiele auf überdurchschnittliches Interesse.

Dabei stehen die Themeninteressen in engem Zusammenhang mit dem Alter der befragten Jugendlichen. Stars aus Film, Fernsehen und der Musikbranche, die Bereiche Computer und Computerspiele, aber auch Kino/Filme, Sport und Umweltschutz verlieren mit zunehmendem Alter der Jugendlichen an Bedeutung. Steigendes Interesse artikulieren die älteren Befragten für die Bereiche Ausbildung/Beruf (12 bis 13 Jahre: 60%, 18 bis 19 Jahre: 86%), Liebe/Partnerschaft (12 bis 13 Jahre: 57%, 18 bis 19 Jahre: 89%), Autos (12 bis 13 Jahre: 34%, 18 bis 19 Jahre: 47%) und Bundespolitik (12 bis 13 Jahre: 10%, 18 bis 19 Jahre: 21%). Freundschaft, Internet, Musik, Kunst/Kultur und Mode/Kleidung sind altersneutrale Themenfelder.

Thema Ausbildung/ Beruf hat bei Jugendlichen an Bedeutung gewonnen

Der Vergleich zum Jahr 1998 macht deutlich, dass sich an der Rangfolge der Themenbereiche wenig verändert hat. An Bedeutung gewonnen haben vor allem Fragen rund um das Thema Ausbildung/Beruf, wohl auch ein Abbild der sich weiter zuspitzenden Ausbildungssituation Jugendlicher und generell der Entwicklung auf dem Arbeitsmarkt. Ebenfalls leicht angestiegen ist das Interesse an den Themenfeldern Liebe/Partnerschaft, Freund-

schaft, Schule und Mode/Kleidung. Darüber hinaus scheinen sich auch mehr Jugendliche für Kunst/Kultur, Wirtschaft und Bundespolitik zu interessieren als noch vor fünf Jahren. Deutlich weniger Interessierte kann hingegen das Thema Umwelt/Umweltschutz auf sich vereinigen.

Der Blick auf die Geschlechter zeigt, dass bei Mädchen das Interesse an Sport und Schule deutlich zugenommen hat, während es bei den Jungen hier keine Veränderung gab. Das Thema Umwelt bzw. Umweltschutz hat bei den Jungen mit 12 Prozentpunkten sehr viel stärker verloren als bei den Mädchen (minus 2 %-Punkte)

Freizeitaktivitäten

Welchen Freizeitaktivitäten, die nicht in Verbindung mit Medien stehen, gehen die Zwölf- bis 19-Jährigen regelmäßig (mindestens mehrmals pro Woche) nach? Wie hat sich dieses Profil in den vergangenen fünf Jahren verändert? Wie der Blick auf Tabelle 3 zeigt, ist das Freizeitverhalten junger Menschen von großer Stabilität gekennzeichnet. Sich mit Freunden bzw. anderen Leuten treffen steht 1998 wie 2002 bei den Jugendlichen an erster Stelle, es folgen mit Abstand Sport, ausruhen und

**Nichtmediale
Aktivitäten: Sich mit
Freunden treffen
bleibt führend**

③ **Freizeitaktivitäten Jugendlicher 2002 (ohne Medien)**

täglich/mehrmals pro Woche, in %

	Gesamt		Mädchen		Jungen	
	1998 (n=803)	2002 (n=1 092)	1998 (n=391)	2002 (n=532)	1998 (n=412)	2002 (n=560)
mit Freunden/Leuten treffen	85	91	84	91	86	91
Sport	65	70	57	64	74	76
ausruhen, nichts tun	61	61	61	62	60	60
Familienunternehmungen	17	18	17	17	17	18
malen, basteln*	-	16	-	20	-	11
sich kreativ beschäftigen, z.B. malen, Musik machen*	27	-	34	-	21	-
selbst Musik machen*	-	16	-	17	-	16
Partys	9	14	8	12	11	16
Einkaufsbummel	18	14	26	19	11	10
Sportveranstaltungen besuchen	11	13	11	8	11	17
Briefe/Karten schreiben*	-	9	-	14	-	4
Disco	6	8	6	7	5	9
Leihbücherei/Bibliothek	5	5	8	7	3	4
Kirche	1	2	1	2	1	2
Theater/Oper/Konzert	0	1	1	1	-	1
Rock-/Pop-/Jazz-Konzert	1	0	0	-	1	0

* unterschiedliche Fragestellung/nicht erhoben.

Quelle: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: JIM 1998; JIM 2002.

Unternehmungen mit der Familie. Der Anteil der Jugendlichen, die regelmäßig einen Einkaufsbummel machen, ist in den letzten Jahren etwas zurückgegangen (minus 4%-Punkte), gestiegen ist dagegen – nach eigenen Angaben – der Anteil der Partygänger (plus 5%-Punkte). Weibliche und männliche Jugendliche weisen dabei ähnliche Entwicklungen auf. Stärker als bei Jungen hat sich bei den jungen Frauen sportliches Engagement entwickelt, wenngleich der Besuch von Sportveranstaltungen für Mädchen an Attraktivität verloren und bei Jungen offensichtlich gewonnen hat.

Buch, bei den Jungen nur jeder Vierte. Anders sieht es bei Computern aus: Noch immer nutzen Jungen Computer häufiger als gleichaltrige Mädchen (77% bzw. 62%). Auch das Anschauen von Videos ist für Jungen deutlich attraktiver als für Mädchen.

Mit zunehmendem Alter der Jugendlichen gewinnt die Zeitungslektüre an Bedeutung, die Zuwendung zu Hörspielkassetten, Comics und Büchern lässt hingegen nach. Bildungsspezifische Unterschiede zeigen sich insbesondere im Bereich Computer: Nur 56 Prozent der Hauptschüler zählen zu den häufigen PC-Nutzern gegenüber 78 Prozent der Gymnasiasten. Ähnlich ausgeprägt ist der Unterschied bei den Medien Buch und Zeitung. Gymnasiasten nutzen diese Printmedien viel häufiger als gleichaltrige Hauptschüler.

Vergleicht man diese Angaben mit denen der Jugendlichen aus dem Jahr 1998, so zeigen sich zunächst erstaunlich ähnliche Werte. Auch damals führten Fernsehen, Tonträger und das Radio die Liste mit fast identischen Werten an. Deutlich nach vorne geschoben hat sich dagegen die Computernutzung. Während sich 1998 nur 48 Prozent der Zwölf- bis 19-Jährigen zumindest mehrmals pro Woche mit diesem Medium beschäftigt haben, stieg dieser Anteil im Jahr 2002 auf 70 Prozent an – und überholte damit die Tageszeitung, Zeitschriften und Magazine deutlich (wobei letztgenannte den größten Rückgang um 6 %-Punkte aufweisen). Stabil bleibt die Zuwendung zu Büchern, gemessen an der Nutzung. Leicht zurückgegangen ist im Vergleichszeitraum die Frequenz der Tageszeitungsnutzung, auch Videos werden nicht mehr ganz so häufig genutzt.

Alters- und bildungsspezifische Unterschiede bei der Mediennutzung

PC-Nutzung hat deutlich zugenommen

Fernseher, Tonträger und Radio erreichen die meisten Jugendlichen

Wie hat sich im selben Zeitraum der Umgang mit Medien verändert? Betrachtet man zunächst das Jahr 2002, dann ist das Fernsehen das Medium, das die meisten Jugendlichen erreicht – 94 Prozent sehen mindestens mehrmals pro Woche fern. Auf dem zweiten Rang folgt dicht dahinter die Nutzung von Tonträgern (93%), den dritten Platz nimmt das Radio ein (86%). Mehr als zwei Drittel der Jugendlichen nutzen mindestens mehrmals pro Woche einen Computer. Tageszeitungen werden von 56 Prozent der Jugendlichen mindestens mehrmals pro Woche gelesen, es folgen Zeitschriften (43%), Bücher (37%) und Videos (20%).

Mädchen präferieren stärker Hörmedien und Bücher

Die geschlechtsspezifische Betrachtung der Nutzung einzelner Medien macht deutlich, dass Mädchen und junge Frauen eine höhere Affinität zu auditiven Medien aufweisen als Jungen. Besonders stark ist der Unterschied zwischen den Geschlechtern bei der Buchnutzung. Jedes zweite Mädchen greift täglich bis mehrmals pro Woche zu einem

④ Medienbeschäftigungen Jugendlicher in der Freizeit

täglich/mehrmals pro Woche, in %

	Gesamt		Mädchen		Jungen	
	1998 (n=803)	2002 (n=1 092)	1998 (n=391)	2002 (n=532)	1998 (n=412)	2002 (n=560)
Fernseher	95	94	95	94	95	95
Musik-CDs/Kassetten	94	93	96	95	92	91
Radio	85	86	89	91	81	80
Computer	48	70	33	62	63	77
Zeitung	59	56	56	57	62	55
Zeitschriften/Magazine	49	43	54	43	45	42
Bücher	38	37	47	49	30	27
Video	23	20	24	15	23	26
Hörspielkassetten	13	12	16	15	11	8
Comics	12	11	7	7	16	15
Kino	1	2	1	2	1	2

	12-13 Jahre		14-15 Jahre		16-17 Jahre		18-19 Jahre	
	1998 (n=201)	2002 (n=279)	1998 (n=198)	2002 (n=277)	1998 (n=204)	2002 (n=265)	1998 (n=200)	2002 (n=271)
Fernseher	97	95	94	97	95	95	96	91
Musik-CDs/Kassetten	93	89	91	95	97	94	94	94
Radio	79	82	86	86	86	88	76	87
Computer	48	62	53	75	49	75	43	68
Zeitung	38	39	52	48	70	71	77	67
Zeitschriften/Magazine	51	40	51	46	47	44	48	41
Bücher	49	49	39	38	30	31	35	31
Video	29	23	26	23	20	17	19	19
Hörspielkassetten	22	21	18	13	8	7	5	5
Comics	25	24	9	10	8	6	4	4
Kino	1	4	1	2	1	1	1	1

	Hauptschule		Realschule		Gymnasium	
	1998 (n=186)	2002 (n=223)	1998 (n=296)	2002 (n=403)	1998 (n=322)	2002 (n=466)
Fernseher	95	95	96	97	95	92
Musik-CDs/Kassetten	93	94	94	94	94	91
Radio	76	83	88	85	88	87
Computer	39	56	50	68	52	78
Zeitung	50	46	58	53	65	63
Zeitschriften/Magazine	51	44	51	43	47	42
Bücher	33	28	30	33	48	46
Video	27	29	25	17	20	19
Hörspielkassetten	18	15	15	12	9	10
Comics	14	14	12	13	10	8
Kino	0	4	1	2	1	1

Quelle: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: JIM 1998; JIM 2002.

Mädchen haben bei der Computernutzung stark aufgeholt

Allerdings haben sich hier Jungen und Mädchen nicht gleichermaßen entwickelt. Am deutlichsten zeigt sich der Unterschied hinsichtlich der Computernutzung. So ist bei jungen Frauen die regelmäßige Nutzung um 29 Prozentpunkte gestiegen, während junge Männer im gleichen Zeitraum – von höherer Ausgangsbasis aus – nur ein Plus von 14 Prozentpunkten aufweisen. Mädchen haben in diesem Bereich also sehr stark aufgeholt. Stark zurückgegangen ist nach Auskunft der befragten Mädchen (minus 11 %-Punkte) die regelmäßige Zuwendung zu Zeitschriften und Magazinen, bei den Jungen fällt der Rückgang deutlich geringer aus (minus 3 %-Punkte). Auch nutzen heute weniger

Mädchen regelmäßig Videos (15%) als noch vor fünf Jahren (24%), bei den Jungen hat sich die Zuwendung zu Videos etwas erhöht. Leicht zurückgegangen ist bei den jungen Männern die Zuwendung zum Buch, bei den Mädchen ist sie dagegen leicht gestiegen (vgl. Tabelle 4).

Zwischen 1998 und 2002 hat sich der erkennbare Unterschied im PC-Zugang nach Ausbildung und sozialer Schicht keinesfalls abgeschwächt. Betrachtet man zum Beispiel die Schulbildung, dann zeigt

PC-Nutzung: Schulbildung spielt nach wie vor große Rolle

⑤ **Gerätebesitz Jugendlicher**

in %

	Gesamt		Mädchen		Jungen		Hauptschule		Realschule		Gymnasium	
	1998 (n=803)	2002 (n=1 092)	1998 (n=391)	2002 (n=532)	1998 (n=412)	2002 (n=560)	1998 (n=186)	2002 (n=223)	1998 (n=296)	2002 (n=403)	1998 (n=322)	2002 (n=466)
HiFi-Anlage mit CD-Player	84	88	86	90	83	85	81	87	86	85	85	90
Handy	8	82	7	87	8	77	9	80	7	83	7	81
Fernsehgerät	60	66	59	62	61	70	64	70	68	71	50	60
einzelner CD-Player	31	51	27	50	35	52	32	56	31	50	30	49
Computer/PC	35	47	24	39	46	54	31	37	31	47	42	51
Spielkonsole	23	35	11	22	34	48	32	47	25	39	16	26
Videorecorder	26	31	24	28	29	35	33	33	29	34	19	28
Internetzugang*	-	28	-	20	-	35	-	21	-	27	-	31
Mini-Disc-Recorder*	-	17	-	17	-	17	-	15	-	19	-	17
MP3-Player*	-	7	-	3	-	11	-	7	-	7	-	7
DAT-Recorder*	-	2	-	2	-	2	-	2	-	1	-	2

* unterschiedliche Fragestellung/nicht erhoben.

Quelle: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: JIM 1998; JIM 2002.

sich hier der deutlichste Unterschied bei der Computernutzung. Jugendliche, die die Haupt- oder Realschule besuchen, haben ihren Umgang mit dem Computer in den vergangenen fünf Jahren deutlich weniger erhöht (plus 17 bzw. 18%-Punkte) als Gymnasiasten (plus 26%-Punkte) – und dies, obwohl das Ausgangsniveau geringer war.

Themenkompetenz der Medien 2002

Aus welchen Medien beziehen Jugendliche bevorzugt Neuigkeiten und Informationen zu Themen, für die sie sich besonders interessieren? Hier konnten die Jugendlichen im Jahr 2002 unter Fernsehen, Radio, Internet, Tageszeitung, Zeitschriften und Büchern jeweils das für sie wichtigste Medium auswählen. Wie die nachstehenden Beispiele zeigen, weisen die verschiedenen Medien für Jugendliche dabei unterschiedliche Kompetenzen auf, die je nach Themenbereich deutlich variieren.

Thema Musik: Internet und Fernsehen sind wichtigste Informationsquellen

Beispiel 1: Insgesamt geben 88 Prozent der Jugendlichen an, sich sehr für das Thema Musik zu interessieren. Das Internet (28%) und das Fernsehen (25%) sind hierbei für diese Jugendlichen die wichtigsten Informationsquellen. Für ein Fünftel der Jugendlichen sind aber auch Zeitschriften und das Radio bedeutsam, wenn es um Neues aus der Musikszene geht. Mädchen und junge Frauen weisen hierbei eine höhere Affinität zu Zeitschriften und dem Radio auf als Jungen und junge Männer. Diese wiederum nutzen häufiger als Mädchen das Internet, um sich über Musik zu informieren.

Thema Liebe/Partnerschaft: Jugendliche bevorzugen Zeitschriften

Beispiel 2: Dinge, die sich um das Thema Liebe/Partnerschaft drehen, sind für 77 Prozent der Jugendlichen von besonders großem Interesse. Tipps, Anregungen und allgemeine Informationen holen

sich die interessierten Zwölf- bis 19-Jährigen bevorzugt aus Zeitschriften (34%), das Internet ist für ein Fünftel wichtigstes Informationsmedium zu diesem Themenbereich. Für jeweils knapp 10 Prozent liefern das Fernsehen bzw. Bücher den besten Orientierungsrahmen.

Beispiel 3: Dem Thema Ausbildung/Beruf bringen drei Viertel der Jugendlichen hohes Interesse entgegen. Als wichtigstes Informationsmedium in diesem Bereich nennt fast die Hälfte dieser Jungen und Mädchen das Internet. Es folgen mit deutlichem Abstand Zeitschriften (16%) und die Tageszeitung (10%). Fernsehen und Radio sind für dieses Themenfeld wenig relevante Informationsmedien.

Veränderungen im Medienzugang

Die persönliche Verfügbarkeit von Medien hat sich in den vergangenen fünf Jahren deutlich verändert. Dies ist einerseits auf neue Technologien zurückzuführen, andererseits ist die Verbreitung mancher Geräte sprunghaft angestiegen. Die steilste Karriere weist dabei das Handy auf. Während 1998 gerade 8 Prozent der Zwölf- bis 19-Jährigen ein eigenes Mobiltelefon besaßen, hat sich die Ausstattungsrate im Jahr 2002 nach deren Angaben auf 82 Prozent verzehnfacht. 20 Prozentpunkte zugelegt hat die Verfügbarkeit von CD-Playern (2002: 51%), stark angestiegen ist auch der persönliche Besitz von Computern – von 35 Prozent 1998 auf 47 Prozent 2002. Ebenfalls um 12 Prozentpunkte hat sich die Verbreitung von Spielekonsolen erhöht (2002: 35%). Zugang zu einem eigenen Fernsehgerät (Besitz oder eigene Verfügungsmöglichkeit) haben im Jahr 2002 zwei Drittel der Jugendlichen, 6 Prozentpunkte mehr als fünf Jahre zuvor. Leicht gestiegen ist auch die Verfügbarkeit eines Videorecorders von 26 auf 31 Prozent. Neuere Technologien, die im Jahr 1998 noch nicht mit abgefragt wurden, sind der eigene Internetzugang (2002: 28%), Mini-Disc-Recorder (17%), MP3-Player (7%) und DAT-Recorder (2%) (vgl. Tabelle 5).

Thema Ausbildung/Beruf: Internet ist wichtigstes Infomedium

Ausstattungsrate mit Handys hat sich verzehnfacht

⑥ **Wichtigkeit von Radiobeiträgen bei Jugendlichen**

Top Boxes (Wert 1+2 einer 6er-Skala), in %

	Gesamt		Mädchen		Jungen	
	1998 (n=803)	2002 (n=1 092)	1998 (n=391)	2002 (n=532)	1998 (n=412)	2002 (n=560)
Musik	94	95	95	96	92	94
Nachrichten/Aktuelles	56	68	55	65	56	70
regionale Veranstaltungshinweise	54	61	55	64	52	57
Humor/Sketch	69	60	63	57	75	64
Sport	51	52	37	38	65	66
Sendungen zu interessanten Themen	49	49	54	50	44	47
Veranst./Konzerte von Sendern*	-	49	-	54	-	45
regionale Berichte	34	47	35	48	34	47
Hörerwünsche	53	44	55	50	51	37
Moderation	51	43	53	47	48	40
Internettipps*	-	40	-	37	-	44
Spiele/Quiz	33	31	35	29	30	34
Tipps für Computerspiele*	-	31	-	17	-	45

* unterschiedliche Fragestellung/nicht erhoben.

Quelle: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: JIM 1998; JIM 2002.

Männliche und ältere Jugendliche erkennbar besser mit Medien ausgestattet

Betrachtet man die aktuelle Ausstattung, so verfügen Mädchen im Allgemeinen über weniger eigene Medien und Geräte der Unterhaltungselektronik als Jungen. Am gravierendsten fällt der Unterschied beim Besitz von Spielekonsolen aus (Jungen: 48%, Mädchen: 22%). Aber auch hinsichtlich der persönlichen Verfügbarkeit von Computer und Internet liegt der Versorgungsgrad der Jungen um jeweils 15 Prozentpunkte über dem der Mädchen. Nur Handys und HiFi-Anlagen sind bei Jungen weniger verbreitet als bei Mädchen.

Im Altersverlauf nimmt die persönliche Medienausstattung der Jugendlichen erwartungsgemäß zu, eine Ausnahme bilden lediglich Spielekonsolen für das Fernsehgerät, hier nimmt die Ausstattung mit zunehmendem Alter ab. 56 Prozent der Zwölf- bis 13-Jährigen haben ein eigenes Fernsehgerät, bei den 18- bis 19-Jährigen steigt dieser Anteil auf 72 Prozent an. Auch die Ausstattung mit Videorecordern wächst bei der Betrachtung dieser Altersgruppen um das Doppelte an (12 bis 13 Jahre: 20%, 18 bis 19 Jahre: 41%). Ein eigenes Handy haben 69 Prozent der Zwölf- bis 13-Jährigen, bei den 18- bis 19-Jährigen kann mit 91 Prozent nahezu von einer Vollversorgung gesprochen werden. Während sich der Computerbesitz über die Altersgruppen hinweg als stabil erweist, können mehr 18- bis 19-Jährige vom eigenen Internetzugang aus surfen als Zwölf- bis 13-Jährige (32% bzw. 19%).

Bedeutung des Radios**Auch Radio gehört zum Alltag der Jugendlichen**

Neben Fernsehen, Tonträgern und Computern ist auch das Radio fest in den Alltag Jugendlicher integriert. So gaben in der JIM-Studie 2002 86 Prozent der Zwölf- bis 19-Jährigen an, mindestens mehrmals pro Woche Hörfunkprogramme zu nutzen. Nach Selbsteinschätzung der Jugendlichen beträgt ihre durchschnittliche Radionutzung 138 Minuten am Tag (Montag bis Freitag, 2002). (2)

Musik bleibt wichtigstes Radioelement

Musik ist wie auch im Jahr 1998 das wichtigste Radioelement für Jugendliche (2002: Top-Box-

Wert 1 und 2: 95%), wie die Bewertung vorgegebener Programmbestandteile des Radios mit Hilfe einer Sechserkala (1 = ist für mich sehr wichtig, 6 = ist für mich überhaupt nicht wichtig) zeigt. Am zweitwichtigsten sind den Zwölf- bis 19-Jährigen Nachrichten (68%), es folgen Veranstaltungshinweise für die Region, in der die Jugendlichen leben (61%), sowie humoristische bzw. Comedybeiträge (60%). Für jeweils etwa die Hälfte der Jugendlichen sind Sport, Informationen über Musikkonzerte der jeweiligen Radiosender, themenspezifische Radiosendungen oder generell regionale Beiträge wichtige Bestandteile eines Radioprogramms. Interaktive Elemente wie Hörerwünsche (44%), aber auch die Moderation (43%) oder Tipps rund um das Internet (40%) und Computerspiele (31%) sind weniger Jugendlichen sehr wichtig. Bei der Bewertung der Moderation muss aber sicher auch deren Bedeutung für Humor bzw. generell für die Atmosphäre im Programm separat gewichtet werden.

Die Präferenzen für einzelne Programmbereiche weisen – so belegen die Zahlen aus dem Jahr 2002 – teilweise geschlechtsspezifische Unterschiede auf. Regionale Veranstaltungen, Veranstaltungen/Konzerte von Radiosendern, Moderation und Hörerwünsche sind für Mädchen wichtiger als für Jungen. Demgegenüber sind insbesondere Sportberichte und Tipps für Computerspiele für Jungen und junge Männer von größerer Bedeutung (vgl. Tabelle 6).

Der Vergleich mit dem Jahr 1998 zeigt hier, dass sich die Präferenzen der Jugendlichen hinsichtlich verschiedener Programminhalte leicht verändert haben. Zugenommen hat demnach die Wichtigkeit von regionalen Informationen (plus 13%-Punkte) und von Nachrichten (plus 12%-Punkte), während humoristische Beitragsformen (minus 9%-Punkte, möglicherweise eine Folge der

Geschlechtsspezifische Programmpräferenzen

zunehmenden Comedyformate im Fernsehen), Hörerwünsche (ebenfalls minus 9%-Punkte) und die Moderation (minus 8%-Punkte) im Jahr 2002 für die Jugendlichen etwas weniger wichtig sind als noch im Jahr 1998. Jungen und Mädchen haben sich dabei bis auf wenige Ausnahmen ähnlich entwickelt: Die Wichtigkeit von Hörerwünschen und Comedy/Sketch ist bei Jungen stärker zurückgegangen als bei Mädchen, Spiel und Quizelemente haben bei Mädchen an Wichtigkeit verloren (minus 6%-Punkte), bei Jungen hingegen leicht dazugewonnen (plus 4 %-Punkte).

Computernutzung

93 Prozent der Zwölf- bis 19-Jährigen sind Computernutzer

Im Frühsommer 2002 zählten mit 93 Prozent fast alle Zwölf- bis 19-Jährigen zur Gruppe der Computernutzer (hier definiert als Personen, die sich mindestens einmal im Monat in ihrer Freizeit mit einem Computer beschäftigen) – im Vergleich zum Jahr 1998 bedeutet dies einen Anstieg um 22 Prozentpunkte. Waren damals noch deutliche Unterschiede zwischen Jungen (78 %) und Mädchen (63 %) feststellbar, so liegen beide Gruppen mittlerweile fast gleichauf. Die Altersgruppe der 18- bis 19-Jährigen hat hier überdurchschnittliche Zuwächse zu verzeichnen. Betrachtet man die verschiedenen Bildungsgruppen, so zeigt sich zwar auch hier in allen Gruppen ein Anstieg, dennoch ist nach wie vor ein Gefälle sichtbar. Während 97 Prozent der Gymnasiasten zur Gruppe der Computernutzer zählen, sind es bei den Hauptschülern nur 84 Prozent.

Unterschiede hinsichtlich Geschlecht, Alter, Bildungsgrad

Auch im Jahr 2002 zählten Jungen und junge Männer (77 %) häufiger zu den intensiven Computernutzern (mindestens mehrmals pro Woche) als Mädchen und junge Frauen (62 %). Trotzdem haben sich die Geschlechter aber angenähert – vor fünf Jahren zählten lediglich 33 Prozent der Mädchen und 63 Prozent der Jungen zu dieser Gruppe.

Den größten Anteil intensiver Computernutzer stellten im Jahr 2002 die 14- bis 15- und 16- bis 17-Jährigen (jeweils 75 %). Von den jüngsten der hier betrachteten Jugendlichen, den Zwölf- bis 13-Jährigen, zählten 61 Prozent zu den intensiven Nutzern, bei den Ältesten sind es gut zwei Drittel.

Neben dem Alter bringt auch der Bildungsgrad der Jugendlichen und damit verbunden häufig die soziale Situation zu Hause unterschiedliche Nutzungsintensitäten mit sich. Während nur gut die Hälfte der Hauptschüler zu den intensiven Computernutzern zählte, sind über drei Viertel der Gymnasiasten dieser Gruppe zuzurechnen. Deutlich wird das Bildungsgefälle auch bei den Nichtnutzern. Während es bei den Gymnasiasten fast keine Nichtnutzer gibt, haben 3 Prozent der Realschüler und 9 Prozent der Hauptschüler noch keine Erfahrung mit dem Computer. 1998 gaben im Übrigen noch 32 Prozent der Hauptschüler an, nie einen Computer zu nutzen, bei den Gymnasiasten waren es schon damals lediglich 13 Prozent (Realschüler: 21 %). Immerhin schließt sich aber auch bei Jugendlichen aus der Hauptschule langsam die Zugangs- bzw. Nutzungslücke (vgl. Tabelle 7).

Im Gegensatz zum Jahr 1998 – damals führte das Spielen von Computerspielen die Liste der am häufigsten (täglich/mehrmals pro Woche) ausgeübten Anwendungen an – war 2002 das Surfen im Internet bzw. die Nutzung von Onlinediensten die am häufigsten von Jugendlichen am Computer ausgeführte Tätigkeit. 56 Prozent der Zwölf- bis 19-Jährigen gingen mehrmals pro Woche oder täglich online – das entspricht einer Steigerung um 49 %-Punkte. Im Jahr 2002 nahm das Spielen von Computerspielen den zweiten Platz ein (44 %). Mit der fast gleichen Intensität nutzten Jugendliche den Computer als Abspielstätte von Musik-CDs oder zum Schreiben von Texten. Ein Drittel arbeitete am Computer regelmäßig für die Schule, 15 Prozent der Zwölf- bis 19-Jährigen nutzten mit dieser Intensität Lernprogramme. Speziellere Anwendungen wie die Nutzung von digitalen Nachschlagewerken (17 %), Bild- und Videobearbeitung (14 %), Malen und Zeichnen (11 %) oder Programmieren (9 %) wurden nur von einem geringen Anteil der Jugendlichen regelmäßig ausgeübt.

Weibliche und männliche Nutzer setzen bei der Beschäftigung mit Computern unterschiedliche Schwerpunkte. Bei Mädchen und jungen Frauen hat das Internet die höchste Priorität, danach folgt das Schreiben von Texten und die Arbeit für Schule oder Ausbildung. Jungen und junge Männer nutzen den Computer am häufigsten zum Spielen, auch das Surfen im Internet nimmt einen großen Stellenwert ein, sehr viel häufiger als Mädchen hören sie am Computer auch Musik. Mit zunehmendem Alter der Jugendlichen nimmt das Spielen am Computer deutlich ab – während 60 Prozent der Zwölf- bis 13-jährigen Computernutzer mehrmals pro Woche spielen, sind es bei den 18- bis 19-Jährigen nur noch 27 Prozent.

Computerspiele haben, obwohl sie noch immer zu den häufigsten Computeranwendungen zählen, im Vergleich zum Jahr 1998 an Faszination verloren (minus 9%-Punkte), allerdings nur bei den Mädchen (minus 16%-Punkte). Auch der gestalterische Umgang in Form von Zeichnen oder Grafiken erstellen ist nach diesen Daten zurückgegangen (minus 15%-Punkte), bei den Mädchen (minus 12%-Punkte) etwas weniger stark als bei männlichen Jugendlichen (minus 16%-Punkte). Die Arbeit für schulische Belange (minus 6%-Punkte) ging bei Jungen stärker zurück (minus 8%-Punkte) als bei Mädchen und jungen Frauen (minus 3%-Punkte). Ebenfalls gaben 2002 weniger Jugendliche an, sich regelmäßig mit einem Lernprogramm zu beschäftigen. Die Vermutung liegt nahe, dass die Jugendlichen, die bereits 1998 zu den Computernutzern zählten, ein breiteres Anwendungsspektrum angaben, während die Jugendlichen heute die Nutzung stärker akzentuieren (vgl. Tabelle 8).

Im Zusammenhang mit Computerspielen sind auch die Aussagen zur Spielsituation interessant. Gaben 1998 noch 20 Prozent der Computerspieler an, überwiegend mit anderen zusammenspielen, hat sich dieser Wert 2002 auf 15 Prozent reduziert – bei

Computernutzung heute stark mit Internet verbunden

Geschlechtsspezifische Nutzungsschwerpunkte am PC

Faszination von Computerspielen hat bei Mädchen abgenommen

Computerspiele werden seltener gemeinsam mit anderen gespielt

⑦ Anteil Computernutzer und Nutzungsfrequenz bei Jugendlichen

in %

		Computer- nutzung (min. einmal im Monat)	Nutzungs- frequenz täglich/ mehrmals pro Woche	einmal pro Woche/ mehrm. im Monat	einmal im Monat/ seltener	nie
Gesamt 1998	(n=803)	71	48	18	14	20
Gesamt 2002	(n=1 092)	93	70	19	8	3
Mädchen 1998	(n=391)	63	33	23	18	26
Mädchen 2002	(n=532)	92	62	23	11	4
Jungen 1998	(n=412)	78	63	13	9	15
Jungen 2002	(n=560)	94	77	15	6	3
12-13 Jahre 1998	(n=201)	71	48	20	12	21
12-13 Jahre 2002	(n=279)	90	61	25	9	5
14-15 Jahre 1998	(n=198)	74	53	19	12	16
14-15 Jahre 2002	(n=277)	95	75	18	7	1
16-17 Jahre 1998	(n=204)	72	50	18	13	20
16-17 Jahre 2002	(n=265)	92	75	13	9	3
18-19 Jahre 1998	(n=200)	67	43	15	18	24
18-19 Jahre 2002	(n=271)	94	68	20	10	2
Hauptschule 1998	(n=186)	58	39	16	14	32
Hauptschule 2002	(n=223)	84	56	20	15	9
Realschule 1998	(n=296)	72	50	16	13	21
Realschule 2002	(n=403)	93	68	22	7	3
Gymnasium 1998	(n=322)	78	52	21	14	13
Gymnasium 2002	(n=466)	97	78	16	6	0

Quelle: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: JIM 1998; JIM 2002.

⑧ Computertätigkeiten Jugendlicher

täglich/mehrmals pro Woche, in %

	Computernutzer		Mädchen		Jungen	
	1998 (n=568)	2002 (n=1 013)	1998 (n=244)	2002 (n=489)	1998 (n=324)	2002 (n=524)
Internet/Onlinedienste	7	56	3	53	10	59
Computerspiele	53	44	37	21	66	66
mit PC Musik hören*	-	42	-	30	-	52
Texte schreiben	42	41	44	44	40	37
für die Schule arbeiten	38	32	39	36	37	29
PC-Nachschlagewerke*	-	17	-	17	-	18
Lernprogramme/-software	18	15	19	17	17	13
Bild-, Foto-, Videobearbeitung*	-	14	-	9	-	18
malen, zeichnen, Grafiken	26	11	24	12	27	11
programmieren	10	9	6	4	13	13

* unterschiedliche Fragestellung/nicht erhoben.

Quelle: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: JIM 1998; JIM 2002.

computerspielenden Mädchen (minus 9%-Punkte) stärker als bei Jungen (minus 3%-Punkte). Überwiegend alleine spielte 1998 ein Viertel der Spielnutzer, 2002 waren es bereits 35 Prozent. Bei Mädchen ist diese Entwicklung weniger stark ausgeprägt (1998: 33%, 2002: 38%) als bei Jungen (1998: 21%, 2002: 33%). Der größte Teil der Jugendlichen möchte sich hinsichtlich der Spielsituation aber nicht

festlegen, hier wird sowohl alleine als auch gemeinsam mit anderen am PC gespielt.

Wie hat sich vor dem Hintergrund einer breiteren Computernutzung die Einstellung zu Computern bei den Jugendlichen verändert? Der Nützlichkeits-

Computer mit Konkurrenzdruck auf die anderen Medien

⑨ **Einstellungen Jugendlicher zum Computer**

stimme voll und ganz/weitgehend zu, in %

	Computernutzer		Mädchen		Jungen	
	1998 (n=803)	2002 (n=1 092)	1998 (n=391)	2002 (n=532)	1998 (n=412)	2002 (n=560)
mit PC kann man interessante Sachen machen	93	95	89	92	97	97
PC ist für die Schule nützlich	92	93	93	92	90	93
PC gehört zum Leben wie TV und Radio*	-	90	-	89	-	92
PC ist wichtig, um später Beruf zu finden	80	79	81	77	79	80
ohne PC geht heute nichts mehr	68	77	70	75	66	79
PC ist teures Hobby*	-	77	-	72	-	81
meisten Freunde beschäftigen sich mit PC	62	75	50	69	73	81
mit PC lernen macht Spaß	68	69	65	70	70	69
PC ist schöne Freizeitbeschäftigung	60	66	47	56	71	76
wenige können bei PC-Entwicklungen mithalten*	-	58	-	55	-	62
lieber TV als PC-Beschäftigung	60	48	67	58	53	40
gerne häufiger mit PC beschäftigen	48	47	47	43	50	51
lieber Buch als PC-Beschäftigung	43	39	58	52	29	27
PC kompliziert, kaum bedienbar*	-	27	-	29	-	26
Eltern halten nichts von PC	24	21	23	18	25	24

* unterschiedliche Fragestellung/nicht erhoben.

Quelle: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: JIM 1998; JIM 2002.

aspekt wird nach wie vor fast von allen Jugendlichen bestätigt, wenngleich Mädchen und junge Frauen 2002 etwas weniger häufig als noch 1998 die Notwendigkeit von Computerkenntnissen für die Berufswahl betonen. Der Aussage „ohne Computer geht heute nichts mehr“ stimmten 2002 mehr Jugendliche zu (77%) als 1998 (68%), vor allem bei Jungen und jungen Männern hat sich diese Meinung weiter verfestigt. Dass der Computer auch im Freundeskreis immer stärkere Zuwendung erfährt, ist aufgrund der wachsenden Nutzung wenig verwunderlich. Interessant sind aber jene Aussagen, die das Verhältnis von Computern zu anderen Medien beschreiben. Der Aussage „Ich sehe lieber fern, als mich mit Computern zu beschäftigen“ stimmten 1998 insgesamt 60 Prozent der Jugendlichen zu, 2002 sind nur noch 48 Prozent dieser Meinung (Mädchen 58%, Jungen 40%). Stabiler sind da die Werte derer, die Bücher dem Computer vorziehen – 1998 waren es 43 Prozent, 2002 ist dieser Anteil auf 39 Prozent zurückgegangen. Allerdings ziehen sich Mädchen, die generell eine höhere Bindung zu Büchern haben, von dieser Aussage stärker zurück (minus 6%-Punkte) als Jungen (minus 2%-Punkte) (vgl. Tabelle 9).

Internetnutzung

Noch stärker als die Computernutzung hat sich im Betrachtungszeitraum die Zuwendung der Jugendlichen zum Internet entwickelt. Zählten 1998 erst 18 Prozent der Zwölf- bis 19-Jährigen zum Kreis

derer, die über Interneterfahrung verfügten und zumindest selten online waren, hat sich dieser Anteil im Jahr 2002 auf 83 Prozent erhöht. Die Angleichung der Geschlechter hat hier noch stärker als bei der Computernutzung stattgefunden. Während 1998 das Verhältnis interneterfahrener Mädchen und Jungen 1 zu 1,5 war, liegen die Geschlechter inzwischen gleichauf. Die Schere zwischen den Bildungsgruppen hat sich dabei allerdings nicht geschlossen, sie besteht auf höherem Datenniveau nach wie vor. So war 1998 nur jeder zehnte Hauptschüler zumindest selten im Internet, aber bereits knapp ein Viertel der Gymnasiasten. Bis zum Jahr 2002 haben alle Gruppen zugelegt, aber noch immer steht den Hauptschülern mit Interneterfahrung (69%) ein deutlich höherer Anteil bei den Gymnasiasten gegenüber (92%) (vgl. Tabelle 10).

Der Blick auf die Internet-Nutzungsfrequenz der Zwölf- bis 19-Jährigen im Jahr 2002 zeigt, dass zwei Drittel zu den intensiven Nutzern zählen, die mindestens mehrmals pro Woche online sind. Ein weiteres Viertel kann als eher unregelmäßige Nutzer bezeichnet werden, die wöchentlich bzw. mehrmals im Monat surfen. Jeder zehnte User zählt hingegen zu den selteneren Nutzern (einmal im Monat oder seltener).

Die Häufigkeit der Internetnutzung ist bei Mädchen etwas geringer ausgeprägt als bei Jungen. Im Altersvergleich weisen nur die Zwölf- bis 13-Jährigen eine unterdurchschnittliche Nutzungsfrequenz auf. Der Bildungsgrad der Jugendlichen spielt bei der Nutzungshäufigkeit hingegen kaum eine Rolle. Zwar zählen Hauptschüler generell weniger oft zur

83 Prozent der Jugendlichen haben Interneterfahrung

Bildungsgrad spielt bei Nutzungshäufigkeit kaum eine Rolle

10 Internetnutzer unter den Jugendlichen

zumindest selten, in %

	1998 (n=803)	2002 (n=1 092)
Anteil Gesamt	18	83
Mädchen	14	83
Jungen	21	83
12-13 Jahre	12	74
14-15 Jahre	19	85
16-17 Jahre	20	85
18-19 Jahre	20	89
Hauptschule	11	69
Realschule	16	80
Gymnasium	23	92

Quelle: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: JIM 1998; JIM 2002.

Gruppe der Internetnutzer als Gymnasiasten. Wenn Jugendliche aber zum Kreis der Internetnutzer gehören, dann hat der Bildungsgrad kaum noch Einfluss auf die Nutzungsintensität. So zählen 64 Prozent der Internetnutzer, die eine Hauptschule besuchen, zu den intensiven Surfern, bei den Realschülern sind es 60 und bei den Gymnasiasten 64 Prozent.

Der Vergleich mit dem Jahr 1998 zeigt, dass nicht nur der Anteil der interneterfahrenen Jugendlichen deutlich angestiegen ist, die Onlinenutzung hat sich auch als fester Bestandteil im Leben der Jugendlichen zunehmend etabliert. So gab im Jahr 1998 erst ein gutes Viertel der Internetnutzer an, täglich bzw. mehrmals pro Woche zu surfen, mittlerweile sind es über zwei Drittel. Gleichzeitig ist der Anteil derer, die seltener als einmal pro Monat online sind, von 19 Prozent auf 7 Prozent gesunken.

An erster Stelle der regelmäßig (mindestens mehrmals pro Woche) ausgeführten Internetaktivitäten steht mit 48 Prozent der Empfang und Versand von E-Mails. Die Suche nach Informationen (35%) und Musikhören im Internet (30%) folgen an zweiter und dritter Stelle. Ein Viertel der jugendlichen Internetnutzer besucht regelmäßig einen so genannten Chatroom, mit gleicher Intensität erfolgt der Download von Musik und der Abruf von Nachrichten bzw. aktuellen Informationen (23%). Jeder fünfte Jugendliche (21%) nutzt das Internet regelmäßig für die Suche nach Informationen über Beruf/Universität, Schule bzw. Ausbildung. Jeder zehnte Internetnutzer lädt sich nach eigenen Angaben mehrmals pro Woche sonstige Dateien (ohne Musik oder Spiele) aus dem Netz. Genauso groß ist der Anteil derer, die nach regionalen Informationen oder Veranstaltungshinweisen suchen oder gemeinsam mit anderen Onlinespiele spielen.

Jungen und junge Männer geben bei nahezu allen abgefragten Aktivitäten eine intensivere Nutzung an als Mädchen und junge Frauen. Eine Ausnahme bildet der Versand und Empfang elektronischer

Post; diese Form der Kommunikation wird von Mädchen häufiger ausgeübt als von Jungen. Relativ dicht beieinander liegen Jungen und Mädchen bei der generellen Informationssuche bzw. der Suche nach schul- oder berufsrelevanten Inhalten und beim Chatten. Für Jungen bietet das Internet offensichtlich die Möglichkeit, sich intensiv mit den Themen Musik und Computerspiele auseinander zu setzen.

Innerhalb der letzten Jahre hat sich das Internet sowohl technisch, inhaltlich als auch vom Umfang her kontinuierlich weiterentwickelt. Interessant ist darum der Rückblick auf das Jahr 1998. Welche Inhalte wurden von den damals Zwölf- bis 19-Jährigen bevorzugt genutzt?

An erster Stelle der Onlinetätigkeiten stand im Jahr 1998 die Suche nach Informationen zu einem bestimmten Thema. Musikhören bildete 1998 für 22 Prozent der Jugendlichen die zweithäufigste Anwendung (2002: 30%). Deutliche Unterschiede hinsichtlich der regelmäßigen Netzaktivitäten zeigen sich insbesondere beim Versand und Empfang von E-Mails. Während 1998 lediglich ein Fünftel der Jugendlichen regelmäßig E-Mails nutzte, kommunizierte 2002 knapp die Hälfte der Jugendlichen intensiv per elektronischer Post. Die Attraktivität von Netz- und Multi-User-Spielen, die Nutzung von Onlinedatenbanken oder die Suche nach regionalen Veranstaltungsinfos ist trotz deutlich verbreiteterem Angebot erstaunlich stabil geblieben (vgl. Tabelle 11).

Inzwischen ist – wie bereits erwähnt – der Versand und Empfang von elektronischer Post die bei Jugendlichen am stärksten nachgefragte Onlineaktivität. Aktuell verfügt die Hälfte der E-Mail-Nutzer über eine persönliche Onlinepost-Adresse, ein Drittel kann unter Verwendung mehrerer Absender kommunizieren. Jeder fünfte Jugendliche, der E-Mails verschickt oder empfängt, tut dies über eine E-Mail-Adresse, die ihm nicht (alleine) gehört. Im Jahr 2000 wurde dieser Fragenkomplex erstmals im Rahmen der JIM-Studie erhoben. Seither hat sich vor allem die Verfügbarkeit mehrerer E-Mail-Adressen erhöht (2000: 21%, 2002: 31%), gleichzeitig ist der Anteil derer, die über keine eigene Adresse verfügen, von 32 auf 20 Prozent zurückgegangen.

Im Durchschnitt versandten die Jugendlichen im Jahr 2002 – wenn sie auf diesem Weg überhaupt mit anderen kommunizierten – pro Woche 8,3 E-Mails. Jungen und junge Männer versandten mit 9,8 E-Mails etwas mehr elektronische Post als Mädchen (7,0). Mit dem Alter steigt die Anzahl der verschickten Mails an (12 bis 13 Jahre: 5,2; 18 bis 19 Jahre: 8,7). Jugendliche, die einen eigenen Internetzugang haben, versenden deutlich mehr (11,4) als der Durchschnitt der zwölf- bis 19-jährigen E-Mail-Nutzer.

Deutliche Unterschiede ergeben sich auch hinsichtlich der Anzahl empfangener E-Mails. Pro

Vor fünf Jahren war die Informationssuche wichtigste Internettätigkeit

Die Hälfte der jugendlichen E-Mail-Nutzer verfügt über persönliche Onlineadresse

Wöchentlich werden rund acht E-Mails verschickt

Internet gehört inzwischen zum Alltag der Jugendlichen

E-Mails sind mittlerweile wichtigste Internettätigkeit

Jungen nutzen das Internet in der Regel intensiver als Mädchen

11 Nutzung verschiedener Angebote im Internet bei Jugendlichen

täglich/mehrmals pro Woche, in %

	Internetnutzer		Mädchen		Jungen	
	1998 (n=142)	2002 (n=904)	1998 (n=55)	2002 (n=440)	1998 (n=87)	2002 (n=464)
E-Mail	20	48	8	51	28	46
Informationssuche	30	35	15	33	39	37
Musik/Sound hören	22	30	16	22	25	36
Chat	19	26	8	25	25	26
Musik-Download*	-	25	-	14	-	35
aktuelle Infos/Nachrichten*	-	23	-	17	-	29
Berufs-/Bildungsinformationen*	-	21	-	22	-	21
Dateien-Download (ohne Musik, Spiele, Handy)*	-	12	-	6	-	18
Dateien-Download (alles)*	21	-	8	-	29	-
Netz-, Multi-User-Spiele	15	11	5	2	22	20
regionale Veranstaltungen	12	11	11	9	12	13
Spiele-Download*	-	8	-	3	-	13
Newsgroups	10	8	8	5	11	11
Onlinefilme/-videos	10	8	3	4	14	12
Datenbanken	9	5	4	3	12	7
virtuelle Bibliotheken	7	5	6	3	7	7
kostenfreie Bestellungen	7	5	3	6	9	5
Download Handytöne,-logos*	-	4	-	4	-	4
Internetradio*	-	4	-	3	-	5
Onlinebanking*	-	3	-	1	-	5
kostenpflichtige Bestellungen	2	2	-	1	3	2
Internet-TV*	-	2	-	2	-	2

* unterschiedliche Fragestellung/nicht erhoben.

Quelle: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: JIM 1998; JIM 2002.

Woche erreichen im Durchschnitt 11,0 Mails einen jugendlichen Empfänger. Mädchen bekommen deutlich weniger Post als Jungen (8,6 zu 13,5). Im Altersverlauf verdoppelt sich der elektronische Posteingang nahezu (12 bis 13 Jahre: 6,8; 18 bis 19 Jahre: 11,1).

Knapp ein Drittel bezieht Newsletter per E-Mail

So genannte Newsletter sind mit ein Grund dafür, dass die Jugendlichen mehr Post bekommen als sie selbst versenden. Knapp ein Drittel der E-Mailer hat solche regelmäßigen Informationsdienste abonniert, 16 Prozent sogar gleich mehrere. Jungen und junge Männer zählen häufiger zu Abonnenten von Newslettern als Mädchen und junge Frauen. Etwa 7 Prozent der Jugendlichen erhalten dabei regelmäßig von (ihrem) E-Mail-Provider Post, rund 5 Prozent bekommen musikbezogene Nachrichten, bei etwa 4 Prozent sind Medienanbieter/-produzenten Absender der Meldungen (z.B. Fernsehsender, Zeitschriften), 3 Prozent nennen Spiele und Quizangebote. Daneben geben die Jugendlichen eine Vielzahl von Einzelnennungen ab, die die Bandbreite dieses Sektors widerspiegeln.

Medienbindung

Rangfolge 1998: Fernsehen vor Radio und Computer

Für die Bedeutung der einzelnen Medien ist die Frage nach ihrer subjektiven Wichtigkeit ein deutlicher Indikator. Im Jahr 1998 entschieden sich die

meisten Jugendlichen bei der Frage nach dem Medium (3), auf das sie am wenigsten verzichten könnten, für das Fernsehen (37%), es folgte damals das Radio (26%), der Computer wurde von jedem fünften Jugendlichen genannt. Für Zeitschriften hätten sich bei dieser Frage 9 Prozent entschieden, für Zeitungen 8 Prozent (vgl. Tabelle 12).

Bis ins Jahr 2002 haben sich diese Wertigkeiten verschoben – allerdings kann der Vergleich nur eingeschränkt erfolgen, da nun das Buch mit abgefragt wird. Das Fernsehen führt noch immer, verliert aber 6 Prozentpunkte. Der Computer hat sich mit 26 Prozent auf den zweiten Platz geschoben und das Radio (19%) auf Rang drei verwiesen. Die neu hinzugekommen Bücher sind immerhin für 12 Prozent der Jugendlichen wichtigstes Medium, Zeitschriften verlieren einen, Zeitungen 4 Prozentpunkte.

Die Differenzierung nach Jungen und Mädchen zeigt für das Jahr 2002, dass der Computer (38%) das Fernsehen (31%) bei Jungen und jungen Männern auf den zweiten Platz verdrängt hat. Radio, Bücher sowie Zeitschriften und Zeitungen erreichen bei den männlichen Jugendlichen keine vergleichbaren Voten. Der Computer hat bei dieser Gruppe im Vergleich mit dem Jahr 1998 12 Prozentpunkte hinzugewonnen, das Fernsehen (minus 7%-Punkte) und das Radio (minus 4%-Punkte) haben in diesem Zeitraum erkennbar verloren.

Rangfolge 2002: Computer rückt auf zweiten Platz vor

Bei Jungen nimmt PC sogar den ersten Platz ein

⑫ Medienbindung Jugendlicher

in %

Am wenigsten verzichten kann ich auf ...	Gesamt		Mädchen		Jungen			
	1998 (n=803)	2002 (n=1 092)	1998 (n=391)	2002 (n=532)	1998 (n=412)	2002 (n=560)		
Fernsehen	37	31	37	32	38	31		
Computer/PC	19	26	11	14	26	38		
Radio	26	19	32	24	19	15		
Bücher*	-	12	-	17	-	7		
Zeitschriften	9	7	9	10	8	5		
Zeitungen	8	4	8	3	7	5		
nichts davon	2	1	2	-	2	1		

	12-13 Jahre		14-15 Jahre		16-17 Jahre		18-19 Jahre	
	1998 (n=201)	2002 (n=279)	1998 (n=198)	2002 (n=277)	1998 (n=204)	2002 (n=265)	1998 (n=200)	2002 (n=271)
Fernsehen	37	37	37	30	38	31	37	27
Computer/PC	20	24	21	25	21	29	14	26
Radio	21	14	26	21	29	19	26	24
Bücher*	-	10	-	11	-	12	-	13
Zeitschriften	11	9	7	10	6	6	11	6
Zeitungen	8	6	9	3	6	3	8	4
nichts davon	2	-	-	1	1	1	4	-

* unterschiedliche Fragestellung/nicht erhoben.

Quelle: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: JIM 1998; JIM 2002.

Bei Mädchen liegen Bücher noch vor dem PC

Bei den Mädchen und jungen Frauen hingegen liegt das Fernsehen im Jahr 2002 (32%) vorne, ein Viertel würde sich für das Radio entscheiden, es folgen Bücher vor dem Computer, dann Zeitschriften und Zeitungen. Auch hier verliert das Fernsehen (minus 5%-Punkte), aber auch das Radio (minus 8%-Punkte). Computer hingegen können bei Mädchen und jungen Frauen nur 3 Prozentpunkte hinzugewinnen. Nochmals sei hier aber auf die ergänzende Abfrage nach Büchern hingewiesen.

Bedeutung des Radios wächst mit steigendem Alter

Nach den aktuellsten Daten von 2002 verliert das Fernsehen mit zunehmendem Alter der Jugendlichen im Falle dieser Entscheidungsfrage (12 bis 13 Jahre: 37%, 18 bis 19 Jahre: 27%), das Radio (12 bis 13 Jahre: 14%, 18 bis 19 Jahre: 24%) hingegen gewann dazu. Die Bindung an den Computer und an Bücher ist dagegen über die Altersgruppen hinweg stabil. Hinsichtlich der Schulbildung der befragten Jugendlichen differieren die Bindungswerte maximal um 9 Prozentpunkte. Die größte Abweichung ergibt sich bei der Bedeutung des Computers (Hauptschüler: 20%, Gymnasiasten: 29%), bei den Büchern beträgt der Abstand zwischen diesen beiden Bildungsgruppen 5 Prozentpunkte (Hauptschüler: 8%, Gymnasiasten: 13%).

Medien als Gesprächsthema

Medien spielen im Alltag der Menschen nicht nur durch die reine Nutzung eine Rolle, vielmehr sind sie auch als Gesprächsgegenstand präsent. Welche Medien liefern für die Alltagskommunikation der Zwölf- bis 19-Jährigen den größten Input und wie haben sich die Gesprächsinhalte in den vergangenen fünf Jahren entwickelt? (4)

Im Jahr 1998 sprachen 60 Prozent der Jugendlichen mindestens mehrmals pro Woche mit Freundinnen und Freunden über das Fernsehen, mit großem Abstand waren auch Zeitschriften, die Zeitung, Videospiele oder das Radio im Gespräch. Das Thema Internet fand nur bei 9 Prozent der Jugendlichen Eingang in Unterhaltungen. Deutlich anders sah dies im Jahr 2002 aus. Zwar bot das Fernsehen (62%) den Jugendlichen nach wie vor den größten Gesprächsstoff, und bei Jungen hat sich der Gesprächsbedarf hier um 5 Prozentpunkte erhöht. Mittlerweile wird aber auch das (zusätzlich vorgegebene) Thema Handy bei 37 Prozent der Jugendlichen im Freundeskreis thematisiert. Das Internet ist inzwischen für ein Drittel regelmäßig Inhalt von Gesprächen in der Clique, bei Jungen (41%) noch immer fast doppelt so häufig wie bei Mädchen (24%). Deutlich verringert hat sich hingegen das Radio bzw. Radioprogramm als Inhalt von Kommunikation (minus 8%-Punkte). Auch Zeitungen und Zeitschriften bieten immer weniger Jugendlichen Gesprächsanlass. Stabil sind dagegen die Werte für das Buch, allen Unkenrufen zum Trotz (vgl. Tabelle 13).

Fazit

Die JIM-Studie 2002 untersucht nunmehr das fünfte Jahr in Folge das Medienverhalten der Zwölf- bis 19-Jährigen in Deutschland. Über diesen Zeitraum lässt sich kontinuierlich beobachten, wie jugendliche Computer und Internet sowie mobile Kom-

Fernsehen dominiert Gespräche über Medien**PC und Internet sind zunehmend in den Alltag von Jugendlichen integriert**

13 Gesprächsthemen Jugendlicher mit Freunden

täglich/mehrmals pro Woche, in %

	Gesamt		Mädchen		Jungen	
	1998 (n=803)	2002 (n=1 092)	1998 (n=391)	2002 (n=532)	1998 (n=412)	2002 (n=560)
TV/TV-Programm	60	62	59	58	60	65
Zeitschriften(Inhalte)	42	39	49	45	36	33
Handy (Zubehör, Tarife, Netze)*	-	37	-	36	-	38
Zeitung(sinhalte)	39	35	38	37	39	34
Internet/Onlinedienste	9	33	6	24	12	41
Computer-/ Videospiele	33	32	12	10	53	53
Dinge, die mit PC zu tun haben*	-	28	-	12	-	44
Radio(programm)	28	20	30	23	26	17
Bücher	12	11	17	16	8	7

* unterschiedliche Fragestellung/nicht erhoben.

Quelle: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: JIM 1998; JIM 2002.

munikationsmedien zunehmend in ihren Alltag integrieren. Die Ausstattungsrate mit Handys bei Jugendlichen hat sich in den letzten fünf Jahren verzehnfacht, inzwischen verfügt jeder zweite Jugendliche über einen eigenen Computer, ein Viertel kann auf einen eigenen Internetzugang zugreifen.

Entsprechend nehmen diese Medien – und allen voran das Internet – bei den Jugendlichen eine immer wichtigere Rolle ein. Dies spiegelt sich neben der zunehmenden Ausstattung auch in einer ansteigenden Nutzung wider. Acht von zehn Jugendlichen nutzen zumindest selten das Internet, während 1998 erst 18 Prozent aller Jugendlichen zu den Internetnutzern zählten.

Emotionale Bindung an PC und Internet nimmt ebenfalls zu

Die intensive Nutzung von Computer und Internet in der Freizeit führt auch zu einer immer stärkeren emotionalen Bindung an diese Medien. Bei der Frage nach dem unverzichtbarsten Medium liegt das Fernsehen zwar noch immer an erster Stelle, der Abstand zum zweitplatzierten Computer wird jedoch von Jahr zu Jahr geringer. Bei männlichen

Jugendlichen hat der Computer – nach Gleichstand im Vorjahr – das Fernsehen bereits vom ersten Platz verdrängt.

Auch bei der Informationsbeschaffung Jugendlicher spielen Computer und Internet eine immer größere Rolle. Zwar zeigt die Untersuchung auch, dass klassische Medien wie Fernsehen, Radio, Tageszeitung oder Publikumszeitschriften ihre ganz spezifischen Themenkompetenzen aufweisen, aber auch hier erscheint einem großen Teil der Jugendlichen der Blick ins Internet inzwischen lohnend. In den nächsten Jahren wird das besondere Augenmerk auf der Frage liegen (müssen), wie sich alte und neue Medien längerfristig zueinander positionieren.

Wie werden sich alte und neue Medien positionieren?

Anmerkungen:

- 1) Die Studien können unter www.mpf.de bestellt werden bzw. stehen dort zum Download bereit.
- 2) Die Media-Analyse 2002 hat für die durchschnittliche Radionutzung 14- bis 19-Jähriger mit 112 Minuten einen etwas geringeren Wert ermittelt (im 2002 Radio II, Montag bis Freitag, 5.00 bis 24.00 Uhr; vgl. auch www.mediadaten.de). Trotzdem bildet die Selbsteinschätzung der Jugendlichen das reale Nutzungsverhalten offensichtlich relativ gut ab.
- 3) Vorgegeben waren: Fernsehen, Radio, Zeitungen, Zeitschriften und der Computer.
- 4) „Ich nenne dir mal einige Dinge, über die man sich mit seinen Freundinnen und Freunden unterhalten kann. Sage mir bitte jeweils, wie oft du mit deinen Freundinnen und Freunden darüber sprichst: täglich, mehrmals in der Woche, einmal in der Woche, mehrmals im Monat, einmal im Monat, seltener oder nie?“

