

Das Mediennutzungsverhalten von Jugendlichen

Warum Radios und Lexika aus den Kinderzimmern verschwinden

IHK Ostwürttemberg – die regionale Selbstverwaltung der Wirtschaft

Die IHK Ostwürttemberg ist die regionale Selbstverwaltung der Wirtschaft im Landkreis Heidenheim und im Ostalbkreis. Wir vertreten die Gesamtinteressen unserer über 25.000 Mitgliedsunternehmen aus Industrie, Handel und Dienstleistung. Für den Staat nehmen wir hoheitliche Aufgaben wahr. Als kritisch-konstruktiver Partner der Politik und unabhängiger Anwalt des Marktes sind wir das wirtschaftspolitische Sprachrohr in Ostwürttemberg.

Mit unseren sechs Geschäftsfeldern

- Standortpolitik
- Starthilfe und Unternehmensförderung
- Aus- und Weiterbildung
- Innovation I Umwelt
- International
- Recht I Fair Play

sind wir kundenorientierter Dienstleister für die Unternehmen der Region.
In dem, was wir tun, folgen wir unserem Kundencredo:

„Wir machen uns stark für Ihren Erfolg.“

Herausgeber

Industrie- und Handelskammer Ostwürttemberg
Standortpolitik
Postfach 14 60, 89504 Heidenheim
Büroanschrift:
Ludwig-Erhard-Straße 1, 89520 Heidenheim
Tel. 07321 324-0
Fax 07321 324-169
E-Mail: zentrale@ostwuerttemberg.ihk.de
Internet: www.ostwuerttemberg.ihk.de

Peter Gring

Tel. 07321 324-150
Fax 07321 324-169
E-Mail: gring@ostwuerttemberg.ihk.de

Stand: September 2009

© 2009 IHK Ostwürttemberg. Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck oder Vervielfältigung auf Papier und elektronischen Datenträgern sowie Einspeisung in Datennetze nur mit Genehmigung des Herausgebers. Alle Angaben wurden mit größter Sorgfältigkeit erarbeitet und zusammengestellt. Für die Richtigkeit und Vollständigkeit des Inhalts sowie für zwischenzeitliche Änderungen übernimmt die IHK Ostwürttemberg keine Gewähr.

INHALT

I.	Die allgemeine Mediennutzung Jugendlicher	Seite 02
II.	Medien	Seite 02
II. 1	Radio	
II. 2	Printmedien	
II. 3	Fernsehen	
II. 4	Internet	
III.	Inhalte	Seite 03
III. 1	Informationen und Nachrichten	
III. 2	Musik	
III. 3	Filme und Sendungen	
III. 4	Kommunikation	
IV.	Hintergründe der Mediennutzung	Seite 05
IV. 1	Zeitaufwand	
IV. 2	Finanzieller Aspekt	
IV. 3	Sozialer Hintergrund	
V.	Fazit	Seite 06

Das Mediennutzungsverhalten von Jugendlichen

Warum Radios und Lexika aus den Kinderzimmern verschwinden

I. Die allgemeine Mediennutzung Jugendlicher

Dieses Schriftstück wurde mit der Zielsetzung verfasst die Mediennutzung der Jugendlichen aus Sicht von Jugendlichen zu beschreiben und kritisch zu beleuchten. Außerdem soll Vorurteilen der Erwachsenenwelt entgegengetreten werden, indem deren bestehendes Informationsdefizit hinsichtlich der Chancen und Möglichkeiten der neuen Medien geschlossen wird.

Die Nutzung von Medien unterliegt gerade bei Jugendlichen einem stetigen Wandel. Neue Technologien schaffen immer schnellere und effektivere Möglichkeiten um an Informationen zu gelangen und bieten neue Formen der Unterhaltung und Kommunikation. Aus diesem Grunde darf eine zunehmende Abkehr von den alten Medien nicht grundsätzlich negativ betrachtet werden. Im Gegenteil, sie ist Bedingung dafür, dass Jugendlichen den gewachsenen Ansprüchen seitens der Gesellschaft und des Bildungssystems gerecht werden können. Den Jugendlichen wird schlichtweg Unrecht getan, wenn sie aufgrund der Nutzung neuer Formen von Medien vorverurteilt werden und als desinteressierte Medienjunkies dargestellt werden.

II. Medien

II.1 Radio

Das Radio verliert unter Jugendlichen zunehmend an Bedeutung. Die meisten Jugendlichen hören Radio allenfalls noch im Auto. Dies liegt darin begründet, dass die Großzahl der Jugendlichen ihre Musik, entsprechend ihrem persönlichen Musikgeschmack selbst zusammenstellt, und kein vorgegebenes Programm wünscht. Digitalisierte Musikstücke, im sogenannten MP3-Format, können auf einen MP3-Player geladen werden und ermöglichen mobilen Musikgenuss im Alltag, sei es zuhause oder auf dem Schulweg.

In der Region Ostwürttemberg ist der populärste Sender der jungen Generation bigFM, da hier die modernste Musikauswahl gespielt wird und Themen und Sprache an sie angepasst sind. Aber auch Radio 7 und SWR 3 werden relativ häufig gehört. Bei diesen Sendern ist der Informationsgehalt höher und die gespielten Titel sind noch relativ aktuell. Bei Sendern wie SWR1, SWR2, SWR4 und DKultur wiederstrebt den Jugendlichen der zu große Anteil an Reportagen und Interviews an der Sendezeit, auf Kosten der für Musik zur Verfügung stehenden Zeit. Zudem entspricht die Musik im Programm dieser Sender nicht deren Geschmack. Internetradios sind ein interessanter Ansatz, da sie das Hören von Musik aus aller Welt ermöglichen und damit eine größere Individualisierung zulassen als das herkömmliche Radio. Jedoch ist dem Grad der Individualisierung auch Grenzen gesetzt, sodass das Internetradio auch in naher Zukunft ein Schattendasein führen wird.

II. 2 Printmedien

Tageszeitungen erfreuen sich zumindest bei gebildeteren Jugendlichen, entgegen der allgemeinen Meinung, immer noch großer Beliebtheit. Hier zeigt sich jedoch der große Einfluss der Erziehung und der Vorbildfunktion der Erwachsenen: gehört das Lesen der Tageszeitung in einem Haushalt zum Alltag, so adaptieren dies früher oder später auch die Kinder. Allerdings wird kaum ein Jugendlicher aus einem Haushalt ohne Zeitungsabonnement eine Zeitung käuflich erwerben.

II. 3 Fernsehen

Das Fernsehen verliert verstärkt an Bedeutung. Mit zunehmendem Alter nimmt der Konsum ab und es werden Sendungen und Filme gezielter ausgewählt. Wird eine Sendung verpasst wird sie im Internet zu einem späteren Zeitpunkt angesehen.

Jugendliche bevorzugen im Allgemeinen private Sender, da deren Programm eher ihren Interessen entspricht. Die öffentlich-rechtlichen Sender werden unter Jugendlichen eher belächelt, aber als seriöse Sender für Erwachsene empfunden, die man in deren Alter ebenfalls bevorzugen würde. Bei ernsthaftem Informationsbedarf, wie Nachrichten, greifen viele auch in jungen Jahren bereits auf ARD oder ZDF zurück.

Regionale Sender wie der Südwestrundfunk hingegen geraten völlig aus dem Blickfeld Jugendlicher. Meistens schauen nicht einmal mehr die Eltern der Jugendlichen diese Programme, sodass sie aus deren Sicht eher die Generation 60+ ansprechen. Dies spiegelt wieder, dass sich die jüngere Generation mehr für globale anstatt regionale Entwicklungen und Trends interessiert.

II. 4 Internet

Nicht mehr aus dem Alltag junger Menschen wegzudenken ist das Internet. Es verdrängt zunehmend die anderen Medien, da es die schnellsten und attraktivsten Angebote bietet. Die gebotenen Informationen sind stets auf dem neusten Stand und eignen sich für jede Art von Recherche. Fälschlicherweise wird die Internetnutzung oftmals als sinnlose Zeitverschwendung abgetan, dabei stellt das Netz informative Inhalte für alle Lebensbereiche bereit. Das noch immer negative Image des Internets beruht darauf, dass die Möglichkeiten und Vorteile, die es bietet, bisher hauptsächlich von Jugendlichen erkannt wurden. Es ist jedoch darauf hinzuweisen, dass die Seriosität der abgerufenen Inhalte von der Auswahl des jeweiligen Nutzers abhängig ist.

Webseiten die Gebühren für die Nutzung ihrer Inhalte fordern, werden von Jugendlichen nicht akzeptiert. Das Internet wird von ihnen vielmehr mit einer kostenlosen Anwendung assoziiert, sodass sie nicht bereit sind für Informationen Geld auszugeben, die sie auch kostenfrei abrufen können. Andere Barrieren, wie Pflichtregistrierungen, werden nur in Kauf genommen, wenn durch das Angebot der Webseite ein entsprechend großer Mehrwert für die Jugendlichen entsteht. Nicht zuletzt vor dem Hintergrund, dass Jugendliche mittlerweile äußerst vorsichtig mit ihren persönlichen Daten umgehen.

III. Inhalte

III. 1 Informationen und Nachrichten

Bei Nachrichten spielt, wie bereits erwähnt, die Tageszeitung immer noch eine wichtige Rolle. Jedoch wird auch in diesem Bereich vermehrt auf das Internet zurückgegriffen, da die Informationen attraktiver aufbereitet und dargestellt werden. Vor allem für gezielte Recherchen eignet sich das Internet, da durch Links und Grafiken Zusammenhänge schneller klar werden und weiterführende Informationen für eine tiefergehende Betrachtung angeboten werden.

Einige wenige Jugendliche schauen mit ihrer Familie traditionell abends Nachrichten, wie die Tagesschau. Die Mehrzahl aber bevorzugt es, sich im Internet individuell zu informieren, unabhängig von vorgegebenen Programmen und festen Zeiten. Häufig besuchte Nachrichtenseiten sind spiegel.de, focus.de, bild.de und zeit.de.

Auch traditionelle Lexika wurden mittlerweile vollständig durch Suchmaschinen und Weblexika abgelöst. Durch die Eingabe von Suchbegriffen lassen sich die nötigen Informationen schneller finden, die Fakten sind stets aktuell, jeder kann genau so viele Informationen abrufen, wie er benötigt und verwandte Begriffe und Definitionen lassen sich ebenso schnell klären. Da es für die Jugendlichen heute möglich ist, sich schnell und einfach mit dem nötigen Wissen zu versorgen, erhalten sie auch interessante Zusatzinformationen über die benötigte Information hinaus, die sie zu neuen Inhalten und gegebenenfalls Interessen bringen können. Bei jeder Suchanfrage erhält man mehr Informationen als man eigentlich im ersten Augenblick braucht; die verschiedenen gebotenen Aspekte bieten aber auch Alternativen und machen so Zusammenhänge und Hintergründe sehr schnell klar.

Erste Anlaufstelle für die Suche stellt die Suchmaschine google.de dar. Wer eine passende Webseite gefunden hat, folgt bei Interesse den angebotenen Links. Zur Erstinformation über ein bestimmtes Thema eignet sich das Onlinelexikon wikipedia.org am besten.

Einige Jugendliche verfolgen auch Blogs zu bestimmten Themen, die täglich aktualisiert werden.

III. 2 Musik

Der Trend geht immer mehr zur mobilen, individuellen Nutzung von Musik. Aus diesem Grunde werden MP3-Player bevorzugt, mit deren Hilfe jeder überall und zu jeder Zeit genau das hören kann, was er möchte. Der meistgewählte und einfachste Weg zu neuer Musik ist der Download, da CDs kaum mehr Verwendung finden. Der Grund ist darin zusehen, dass CDs wiederum ein standardisiertes Musikangebot beinhalten, sodass nicht alle Lieder dem persönlichen Geschmack entsprechen. Desweiteren sind CDs im Gegensatz zu MP3's in der Handhabung unpraktisch und besitzen eine nur geringe Speicherkapazität. Online kann per Download eine individuelle Auswahl getroffen werden, sodass ganze CD-Sammlungen aufgrund des MP3-Formates auf einem MP3-Player Platz finden.

Zum Download von Musik bieten sich sowohl legale als auch illegale Websites an. Hierbei ist zu erwähnen, dass es vor allem Jungs sind, die ihre Musik illegal herunterladen und dann häufig an Freunde weiterschicken. Mädchen trauen sich dies selten und lassen sich ihre Musik meist über das Chatprogramm icq schicken. Das meistfrequentierte legale Downloadportal ist itunes.com.

Häufig ziehen die Jugendlichen die Lieder jedoch gar nicht aus dem Netz, sondern hören sie direkt auf einschlägigen Webseiten an. So wird beispielsweise die Video-Plattform youtube.com von Jugendlichen besucht um Videoclips anzusehen. In einer Grauzone bewegen sich häufig verwendete Konvertierungsprogramme, die das Umwandeln der dargestellten Clips in MP3-Dateien ermöglichen.

III. 3 Filme und Sendungen

Wie bereits oben genannt, verliert das Fernsehen unter Jugendlichen an Bedeutung. Es werden immer häufiger gezielt Sendungen kostenlos im Internet verfolgt, da sie dort jedem jederzeit zur Verfügung stehen. Besonders beliebt sind derzeit Casting-, Verkopplungs-, und Coachingshows sowie Dokusoaps. Diese werden in erster Linie auf privaten Sendern gezeigt. RTL, ProSieben und Sat1 zählen zu den beliebtesten. Die Popularität von Sendungen wie „We are family“, „Teenager auf Abwegen“, „Raus aus den Schulden“ oder „Deine Chance“ verdeutlicht, dass insbesondere jüngere Jugendliche sich durch alltägliche Themen angesprochen fühlen und auch gerne mit den Kandidaten mitfühlen. Es ist zu vermuten, dass sich gerade die jungen Zuschauer von Beratungsschows und Dokusoaps Erkenntnisse für das eigene Leben erhoffen.

Ein weitverbreiteter Irrglaube unter Erwachsenen ist, dass ihre Kinder diese Sendungen allzu ernst nehmen. Mit zunehmendem Alter sind sich die jungen Menschen bewusst, wie unrealistisch und wie niveaulos viele TV-Inhalte sind. Viele lassen sich als Auszeit vom Alltag gerne durch anspruchslose Unterhaltung berieseln und belustigen sich am geringen intellektuellen Niveau der Sendungen. Je älter die Jugendlichen desto weniger Filme schauen sie zur Hauptsendezeit. Wollen sie Filme sehen, schauen sie diese meist in Gesellschaft von Freunden auf DVD, im Internet oder im Kino an.

III. 4 Kommunikation

Nicht mehr wegzudenken aus dem Alltag der Jugendlichen sind mittlerweile das Chatprogramm icq und soziale Netzwerke, wie facebook.com, schuelervz.net, studivz.net oder kwick.de. Ein Großteil des sozialen Lebens und der Kommunikation findet mittlerweile auf dieser Ebene statt. Es wird möglich, schneller mehr Leute kennenzulernen und man hält mehr Kontakt zueinander, als dies sonst möglich wäre. Dies kann jedoch den persönlichen Kontakt nicht ersetzen. Viel mehr dienen die angeführten Kommunikationsmittel dazu Treffen unter Freunden zu vereinbaren. Durch Web-Communities können Jugendliche bereits vor dem ersten Treffen etwas übereinander erfahren, um so später leichter ins Gespräch zu kommen.

Die bei Erwachsenen beliebten E-Mails sind schon lange nicht mehr der schnellste Weg miteinander zu kommunizieren. Per Messenger- bzw. Chatprogramm ist direkte Interaktion möglich, sowohl durch das Verfassen von Textnachrichten als auch durch die Kommunikation über eine Webcam. Es wird zudem möglich Dateien direkt in Sekundenschnelle auszutauschen. In der Regel wird, unbemerkt von den meisten Eltern, schon nach der Schule und während sonstigen Tätigkeiten über icq kommuniziert. Die Jugendlichen schreiben sich gegenseitig über den ganzen Tag hinweg was sie gerade machen, was sie noch vorhaben und wie sie sich gerade fühlen. Bedenklich ist, dass gerade zwischenmenschliche Konflikte häufig auf Social-Network-Plattformen ausgetragen werden. Dies kann wiederum zu Problemen führen und mit sozialem Druck im Freundeskreis einhergehen. Viele Angaben in persönlichen Profilen werden aus Gruppenzwang ausgefüllt und führen häufig zu Missverständnissen. Jedoch ist man automatisch ausgegrenzt und nicht up-to-date, wenn man nicht in den genannten sozialen Netzwerken präsent ist.

IV. Hintergründe der Mediennutzung

IV. 1 Zeitaufwand

Für Jugendliche ist die Geschwindigkeit mit der sie an Informationen gelangen ein entscheidender Aspekt bei der Mediennutzung. Die digitalen Medien ermöglichen eine wesentlich effektivere Suche nach Informationen und verbessern die Kommunikation. Zudem können die Jugendlichen ihren Alltag individueller gestalten, wenn sie sich nicht an vorgegebene Sendezeiten halten müssen. Da Medien mobil werden, kann man sie jederzeit von jedem Ort aus abrufen und ist somit flexibel in der Tagesplanung. Diese Flexibilität und Effektivität ist von großer Bedeutung, da immer mehr Zeit- und Erwartungsdruck auf den Jugendlichen lastet, der ohne Internet nicht mehr zu bewältigen wäre. Andererseits nimmt vor allem Social-Networking für Jugendliche täglich immer mehr Zeit in Anspruch. Dies birgt durchaus die Gefahr in sich, dass zwischenmenschliche Kommunikation nur noch auf virtueller Ebene stattfindet und dadurch das Sozialverhalten Jugendlicher gestört wird.

IV. 2 Finanzieller Aspekt

Selbstverständlich ist für viele, dass Informationen im Internet kostenlos zur Verfügung stehen. Folglich ist niemand mehr bereit, beispielsweise Geld für eine Zeitung auszugeben, wenn man dieselben Informationen auch im Internet kostenlos abfragen kann. Auch die Beliebtheit von Portalen wie youtube.com ist darauf zurückzuführen, dass kostenlos Musik- und Videoclips betrachtet werden können.

IV. 3 Sozialer Hintergrund

Von wesentlicher Bedeutung für den Medienkonsum von Jugendlichen ist ihr sozialer Hintergrund, da sie in vielerlei Hinsicht das Verhalten ihrer Eltern adaptieren. Es sollte kaum verwundern, dass Jugendliche vom Verhalten ihrer Familie beeinflusst werden, dieses jedoch auf die heutige Zeit und die heutigen Medien übertragen. Wenn beispielsweise die Eltern Zeitung lesen und Tagesschau ansehen, wird ihr Kind wahrscheinlich daran teilhaben oder früher oder später auf digitalem Wege Nachrichten abrufen. Ist dies im Elternhaus nicht der Fall, wird sich das Kind später in der Regel auch nicht auf Informationsplattformen, wie spiegel.de, über aktuelle Geschehnisse informieren. Die Erziehung und das soziale Umfeld spielen eine entscheidende Rolle dafür, welche Inhalte die Jugendliche abrufen.

V. Fazit

Zusammenfassend sollte klar geworden sein, dass moderne Medien unsere Generation nicht „verderben“, sondern auch viele neue, sinnvolle Möglichkeiten zur Bildung und Kommunikation bieten. Jugendliche informieren sich eher, wenn die Informationen schnell und leicht zugänglich sind. Das Internet beispielsweise ist also der Bildung Jugendlicher zuträglich. Der Computer und mobile Abspielgeräte vereinnahmen mehr und mehr die traditionellen Medien, vor allem Radios und Lexika werden aus den Jugendzimmern verdrängt.

Allgemein lässt sich zudem ein Trend zur Demokratisierung der Medien feststellen. Jugendliche haben das Bedürfnis selbst nach ihrem individuellen Geschmack festzulegen, was sie wann, wo und wie hören, lesen oder sehen wollen. Sie wollen sich hingegen nicht an feste Zeiten und Orte des Medienkonsums binden lassen. Dies ermöglicht den Jugendlichen eine freiere und effizientere Gestaltung ihres Tagesablaufes als dies noch ohne die neuen Medien möglich gewesen wäre.

Eine Gefahr besteht jedoch darin, dass sie der Medienkonsum zu sehr vereinnahmt, sodass ihr Sozialverhalten nachhaltig gestört wird. Hier ist das soziale Umfeld, bestehend aus Eltern und Freunden, gefragt, regulierend einzugreifen. Die konsumierten Inhalte hängen stark vom einzelnen Nutzer und dessen Bildung und Erziehung ab. Die Medien selbst bieten nur das Angebot. Nicht vergessen werden darf, dass das Internet auch für Erwachsene im Berufs- und Alltagsleben mittlerweile unerlässlich geworden ist, die Jugendlichen schöpfen seine Möglichkeiten lediglich weiter aus.

Es lässt sich in Frage stellen, ob die öffentlich-rechtlichen Sender die Jugendlichen überhaupt erreichen wollen oder müssen. Das Image dieser Sender ist in unserer Generation sehr festgefahren. ARD und ZDF werden von Jugendlichen als seriöse und informative Fernsehsender wahrgenommen, auch wenn sie nicht deren Anspruch an Unterhaltungswert gerecht werden. Unserer Ansicht nach nutzen Jugendliche das Angebot der öffentlich-rechtlichen Sendergruppe nur wenig, können sich dies jedoch für die Zukunft im Erwachsenenalter vorstellen. Die wenigsten würden begrüßen, wenn die ARD Deutschlands nächsten Superstar suchen würde, da sie sich über die geringe Ernsthaftigkeit bewusst sind. Die Programmvvielfalt, bestehend aus öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern sollte bestehen bleiben. Die Öffentlich-rechtlichen sind unserer Ansicht nach gut beraten sich auf ihre heran- bzw. hineinwachsenden Zielgruppe einzustellen. Es ist beispielsweise nicht zu erwarten, dass die heutigen Jugendlichen in höherem Alter die Volksmusik für sich entdecken werden. Die Öffentlich-rechtlichen müssen mit der Zeit gehen und die neue Mediennutzung unterstützen um den Ansprüchen der Heranwachsenden später gerecht werden zu können. Aktuell kommen zwar gerade ältere Menschen mit den neuen Medienangeboten nicht in dem Maße zurecht, wie dies in unserer Generation der Fall ist, jedoch erwarten wir, da wir damit aufgewachsen sind, dass sich die Sender ständig weiterentwickeln und sich zu jeder Zeit auf dem neuesten Stand der Technik befinden.