

Studienergebnisse (Auszüge)

Studienausschnitt 1:

Bedeutung des Internets als Nachrichtenquelle

»Das Internet ist für Jugendliche im Alter von 16 bis 18 Jahren das wichtigste Medium, um sich über aktuelle Nachrichten auf dem Laufenden zu halten: 85 Prozent informieren sich in dieser Altersgruppe im Web über das Tagesgeschehen. Bei ihnen ist das Internet inzwischen als Informationsquelle sogar wichtiger als das Fernsehen, das 81 Prozent nutzen. 60 Prozent hören tagesaktuelle Nachrichten im Radio und 55 Prozent lesen gedruckte Zeitungen bzw. Zeitschriften.

Im Internet sind wiederum soziale Netzwerke die wichtigste Nachrichtenquelle für die Jugendlichen. Laut dieser Umfrage informieren sich fast zwei Drittel (63 Prozent) der 16- bis 18-Jährigen über soziale Netzwerke wie FACEBOOK, GOOGLE+ oder TWITTER. Immerhin 54 Prozent der befragten Jugendlichen informieren sich direkt auf den Online-Seiten von Medien oder anderen Nachrichten Anbietern. Gut ein Fünftel (21 Prozent) nutzt Video- bzw. TV-Angebote im Netz und ebenso viele informieren sich in Foren oder Blogs. 16 Prozent informieren sich per Webradio oder Podcasts.«

BITKOM – BUNDESVERBAND INFORMATIONSWIRTSCHAFT, TELEKOMMUNIKATION UND NEUE MEDIEN E.V. (Hrsg.) (2014): *Jung und vernetzt. Kinder und Jugendliche in der digitalen Gesellschaft*. Berlin, S. 19. <https://bitkom.org/Publikationen/2014/Studien/Jung-und-vernetzt-Kinder-und-Jugendliche-in-der-digitalen-Gesellschaft/BITKOM-Studie-Jung-und-vernetzt-2014.pdf>

Studienausschnitt 2:

Beurteilung von Onlinediensten und Internetkonzernen

»Neben der allgemeinen Glaubwürdigkeit von Aussagen in verschiedenen Medien wurde speziell nach dem Misstrauen gegenüber Onlinediensten und Internetkonzernen gefragt. Hierzu wurden den Jugendlichen und jungen Erwachsenen einige Aussagen zur Einschätzung vorgelegt. Mit Hilfe einer vierstufigen Antwortskala konnte mitgeteilt werden, ob die Aussage ›überhaupt nicht zutrifft‹, ›eher nicht zutrifft‹, ›eher zutrifft‹ oder ›ganz genau zutrifft‹.

83 Prozent der Jugendlichen und jungen Erwachsenen geben an, immer verschiedene Quellen zu nutzen, wenn sie sich im Internet informieren (trifft ganz genau/eher zu). Darin zeigt sich eine generelle Vorsicht gegenüber Onlineinformationen: 48 Prozent der Befragten machen sich über Datenschutz mehr Gedanken, seit sie von dem Überwachungsskandal der NSA wissen, und 43 Prozent misstrauen speziell den Informationen über Politik im Internet. Nur geringes Vertrauen besteht gegenüber den Internetkonzernen: Über die Hälfte der jungen Generation ist großen Internetkonzernen gegen-

über kritisch eingestellt. Die Einstellung der befragten Jugendlichen und jungen Erwachsenen gegenüber Internetkonzernen ist unabhängig vom Geschlecht, aber eine Frage des Alters und des Bildungsniveaus: Je älter und je gebildeter, desto kritischer ist die Meinung der jungen Generation.«

BEHRENS, PETER; CALMBACH, MARC; SCHLEER; CHRISTOPH; KLINGLER, WALTER; RATHGEB, THOMAS (2014): *Mediennutzung und Medienkompetenz in jungen Lebenswelten. Repräsentative Onlinebefragung von 14- bis 29-Jährigen in Deutschland*. In: *Media Perspektiven*, Heft 4/2014, S. 195–218, S. 198–200.
➤ <http://ard-werbung.de/media-perspektiven/publikationen/fachzeitschrift/2014/artikel/mediennutzung-und-medienkompetenz-in-jungen-lebenswelten> (Online findet sich dazu eine Grafik.)

Studienausschnitt 3:

Beurteilung der Informationsqualität bei tagesaktuellen politischen Ereignissen

»Jugendliche und junge Erwachsene fühlen sich von Nachrichtenseiten im Internet und öffentlich-rechtlichen Fernsehprogrammen am besten über aktuelle politische Ereignisse versorgt: Drei Viertel der Befragten bewerten diese Quellen mit »gut« oder »sehr gut«. Dahinter rangieren öffentlich-rechtliche Radioprogramme, die Tageszeitung vor Ort, die Eltern sowie überregionale Tageszeitungen, die jeweils von etwa zwei Drittel mit »gut« bzw. »sehr gut« bewertet werden (vgl. Abbildung 6).

Von privaten Fernsehprogrammen, Freunden und privaten Radioprogrammen fühlt sich nur eine knappe Mehrheit »sehr gut« oder »gut« informiert. Zeitschriften und Magazine (45 %), Geschwister (40 % von allen, allerdings hat nur ein Teil der Befragten selbst Geschwister) und vor allem Onlinecommunitys (34 %) eignen sich aus Sicht der Jugendlichen am wenigsten als Informationsquellen für das politische Tagesgeschehen bzw. werden von vielen gar nicht erst genutzt.«

BEHRENS, PETER; CALMBACH, MARC; SCHLEER; CHRISTOPH; KLINGLER, WALTER; RATHGEB, THOMAS (2014): *Mediennutzung und Medienkompetenz in jungen Lebenswelten. Repräsentative Onlinebefragung von 14- bis 29-Jährigen in Deutschland*. In: *Media Perspektiven*, Heft 4/2014, S. 195–218. S. 200–201.
➤ <http://ard-werbung.de/media-perspektiven/publikationen/fachzeitschrift/2014/artikel/mediennutzung-und-medienkompetenz-in-jungen-lebenswelten> (Online findet sich dazu eine Grafik.)