

Auch im Onlinezeitalter informieren sich Jugendliche im Fernsehen JIM-Studie 2011 veröffentlicht

Stuttgart/Mannheim, 25. November 2011 – Auch im Multimediazeitalter hat das Fernsehen unter Jugendlichen Informationskompetenz. Fast jeder Zweite (46 %) zwischen 12 und 19 Jahren sieht sich regelmäßig Nachrichten im Fernsehen an. Am häufigsten informieren sich Jugendliche mit der „Tagesschau“. Weitere häufig von Jugendlichen genutzte Nachrichtenformate sind „RTL Aktuell“ und „ProSieben Newstime“. Fernsehnachrichten werden meist über das klassische, stationäre Fernsehgerät gesehen. Zwei Fünftel der Nachrichtenzuschauer nutzen zumindest selten ergänzend zur Sendung das Onlineangebot der Nachrichtensender. Dies sind Ergebnisse der JIM-Studie 2011 (Jugend, Information, (Multi-) Media) des Medienpädagogischen Forschungsverbundes Südwest (mpfs), die heute im Musikpark Mannheim der Öffentlichkeit vorgestellt wurde.

„Die Ergebnisse der JIM-Studie belegen, dass auch im Internetzeitalter dem Fernsehen eine große Bedeutung zukommt. Auch für junge Menschen spielt das Fernsehen als Informationsquelle eine wichtige Rolle. Nachrichten sind nicht out, auch wenn das manche in der Vergangenheit gerne vermitteln wollten“ erklärte Thomas Langheinrich, Präsident der Landesanstalt für Kommunikation anlässlich der Veröffentlichung der Studie.

Jugendliche nutzen Fernsehen natürlich auch zur Unterhaltung. Zwei Drittel der Mädchen und jeder vierte Junge zwischen 12 und 19 Jahren kann eine Castingshow benennen, die er gerade besonders gerne anschaut. Am häufigsten wurden zum Zeitpunkt der Befragung „Deutschland sucht den Superstar“ und „Germany’s Next Topmodel“ genannt. Jedes fünfte Mädchen und jeder sechste Junge hat sich innerhalb der letzten zwölf Monate an einer solchen Sendung interaktiv beteiligt, allerdings bleibt es häufig bei einer einmaligen Teilnahme. Nur vier Prozent haben mehr als drei Mal in einem Jahr bei einer entsprechenden Sendung angerufen, um für einen Kandidaten oder eine Kandidatin abzustimmen. Für zwei Fünftel spielen auch die sendungsbegleitenden Angebote im Internet eine Rolle

Trotz der großen Auswahl an Medienangeboten und der Präferenz für elektronische Medien wissen Jugendliche auch „alte“ Medien zu schätzen: 44 Prozent der Jugendlichen lesen regelmäßig Bücher und 42 Prozent Tageszeitungen. Auf die Frage, welchem Medium sie bei widersprüchlicher Berichterstattung am ehesten glauben würden, schenken die Jugendlichen zu 40 Prozent der Tageszeitung das größte Vertrauen. 29 Prozent entscheiden sich für das Fernsehen und 16 Prozent für das Radio. Trotz der hohen Alltagsrelevanz des Internets, entfallen bei dieser Frage hierauf nur 14 Prozent der Nennungen.

Die Studienreihe JIM wird vom Medienpädagogischen Forschungsverbund Südwest seit 1998 in Zusammenarbeit mit dem Südwestrundfunk durchgeführt. Die repräsentative Studie bildet das Medienverhalten der Jugendlichen in Deutschland ab. Für die Befragung wurden ca. 1.200 Jugendliche zwischen 12 und 19 Jahren im Frühsommer 2011 telefonisch befragt. Neben Daten zur Internetnutzung enthält die JIM-Studie Angaben zum Freizeitverhalten und Themeninteressen sowie Mediennutzungsdaten zu Fernsehen, Radio, Büchern, Computerspielen und Handy.

**Der Medienpädagogische Forschungsverbund Südwest ist eine Kooperation der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LFK) und der Landeszentrale für Medien und Kommunikation Rheinland-Pfalz (LMK).
Kooperationspartner bei der JIM-Studie ist die Zeitungs Marketing Gesellschaft (ZMG).**

Bei Fragen steht Ihnen Thomas Rathgeb, Fon 0711/6 69 91-52 zur Verfügung.