

PM 05/06

Computer für Jugendliche wichtiger als der Fernseher

JIM-Studie 2006 veröffentlicht

Stuttgart/Mannheim, 1. Dezember 2006 – Computer nehmen im Leben junger Menschen einen immer breiteren Raum ein. Müssten sich Jugendliche für ein Medium entscheiden, würden 26 Prozent den Computer und jeweils 19 Prozent Fernseher und Internet wählen. Obwohl der Fernseher noch immer das am meisten genutzte Medium ist, wird er in der persönlichen Wichtigkeit der Jugendlichen erstmals durch den Computer vom Spitzenplatz verdrängt. Dies ist ein Ergebnis der JIM-Studie 2006 („Jugend, Information, (Multi-)Media“), die heute in der Popakademie Mannheim der Öffentlichkeit präsentiert wurde. Fast alle Jugendlichen haben zu Hause Zugang zu Computer (98 %) oder Internet (92 %). 60 Prozent der 12- bis 19-Jährigen besitzen einen eigenen Computer, 38 Prozent haben einen eigenen Internetanschluss im Zimmer.

Der anhaltende Boom bei der Ausstattung und Nutzung von MP3-Playern zeigt den zentralen Stellenwert von Musik bei jungen Menschen: Um Musik zu hören nutzen 70 Prozent mindestens mehrmals pro Woche einen MP3-Player, 56 Prozent nutzen mit dieser Häufigkeit den Computer als Musikabspielstätte. Noch vor dem Arbeiten für Schule und Beruf und der Nutzung von Computerspielen stellt Musikhören die häufigste Offline-Tätigkeit am Computer dar. Den Jugendlichen steht in Form von MP3-Dateien ein beträchtliches Musikrepertoire zur Verfügung: 40 Prozent haben bis zu 100 Musiktitel gespeichert, ein Drittel kann aus 100 - 500 Titeln auswählen und ein Viertel hat mehr als 500 Titel zur Verfügung.

Mehr als zwei Drittel aller Jugendlichen gehen mehrmals pro Woche oder häufiger online. Dabei wird das Internet vor allem als Kommunikationsmedium genutzt, die häufigsten Tätigkeiten sind der Austausch über Instant Messenger und E-Mail, mehr als ein Viertel der jugendlichen Onliner sucht aber auch regelmäßig Chatrooms auf. Betrachtet man die Internetnutzung unter den Aspekten Kommunikation, Information und Spiele, so entfallen nach Einschätzung der Jugendlichen 60 Prozent ihrer Nutzungszeit auf den Bereich Kommunikation, 23 Prozent auf die Informationssuche und 17 Prozent wird für Online-Spiele verwendet.

Mit der JIM-Studie 2006 untersucht der Medienpädagogische Forschungsverbund Südwest (mpfs) zum neunten Mal in Folge das Medienverhalten der 12- bis 19-Jährigen in der Bundesrepublik. In der Zeit von Mai bis Juni 2006 wurden hierfür ca. 1.200 Telefoninterviews zu Medienausstattung, Medienumgang und dem Informationsverhalten junger Menschen in Deutschland durchgeführt. Der ausführliche Forschungsbericht zur JIM-Studie kann unter www.mpfs.de heruntergeladen oder als Druckversion kostenlos bestellt werden.

Der Medienpädagogische Forschungsverbund Südwest ist ein Kooperationsprojekt der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LFK) und der Landeszentrale für Medien und Kommunikation Rheinland-Pfalz (LMK). Die Durchführung der JIM-Studie erfolgt in Zusammenarbeit mit der Medienforschung des Südwestrundfunks (SWR).

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