

Kommunikation für Jugendliche im Internet am wichtigsten Sorgloser Umgang mit persönlichen Informationen

Stuttgart, 28. November 2008 – Jugendliche verbringen nach eigener Schätzung fast die Hälfte ihrer Nutzungszeit im Internet mit „Kommunikation“, der Rest verteilt sich fast gleichmäßig auf die Bereiche „Information“, „Spiele“ oder auf „Unterhaltungsangebote“ wie Musik, Videos oder Filme. Besonders intensiv werden Online-Communities wie „schülerVZ“ genutzt, dort und auch sonst im Internet hinterlassen die Jugendlichen in großem Umfang persönliche Spuren. Das sind Ergebnisse der JIM-Studie 2008, die heute in der Mannheimer Popakademie vorgestellt wurde.

Fast drei Viertel der 12- bis 19-jährigen Internet-Nutzer haben inzwischen Erfahrungen mit Online-Communities gemacht, 41 Prozent besuchen diese Plattformen täglich, weitere 16 Prozent mehrmals pro Woche. Von den täglichen Nutzern schaut sich die Hälfte sogar mehrmals am Tag in der Community um. 45 Prozent der Jugendlichen waren schon einmal bei „schülerVZ“, mit Abstand folgen Angebote wie „studivZ“ (12 %), „MySpace“ (10 %) oder „ICQ“ (7 %).

Ob auf Plattformen wie „schülerVZ“ oder auf der eigenen Homepage - Jugendliche gehen recht unbedarft mit persönlichen Angaben im Internet um. Drei Viertel der Internetnutzer haben Informationen zu ihren Vorlieben oder Hobbies online gestellt. Weit verbreitet ist auch Bild- oder Fotomaterial, auf dem die Befragten selbst zu sehen sind (60 %) oder Freunde bzw. Familienmitglieder (46 %). Auch die eigene E-Mail-Adresse ist bei mehr als 40 Prozent im Internet einsehbar, knapp ein Drittel hat die Nummer ihres Instant Messengers eingestellt. Mehr Zurückhaltung gibt es bei Handy- oder Festnetznummern, die nur sieben Prozent im Internet angegeben haben. Mädchen präsentieren häufiger als Jungen Bilder von sich und Dritten im Netz, Jungen geben zu einem größeren Anteil die E-Mail-Adresse oder die Nummer für Instant Messaging preis.

Fragt man, wer Zugang zu diesen persönlichen Daten hat, so bestätigen 34 Prozent, dass diese ungeschützt für alle Internetnutzer einsehbar sind. 61 Prozent geben an, dass nur „Freunde“ an diese Informationen gelangen können. Allerdings stellt sich in diesem Zusammenhang die Frage nach der „Definition“ von Freunden. Zwar geben fast alle Jugendlichen an, dass es sich hierbei um Freunde handelt, die sie „richtig“ und nicht aus dem Internet kennen würden, allerdings ist zu vermuten, dass das „richtig kennen“ von den Jugendlichen sehr weit gefasst wird. Im Rahmen einer Zusatzbefragung zur JIM-Studie 2008 hatten die Nutzer von Online-Communities im Schnitt etwas mehr als 70 „Freunde“, Mädchen sogar um die 90. Es dürfte sich also eher um Bekannte oder Freunde von Freunden handeln und weniger um engere Beziehungen, wie sie der Ausdruck „Freund“ eigentlich impliziert.

Die Studienreihe JIM (Jugend, Information, (Multi-) Media) wird vom Medienpädagogischen Forschungsverbund Südwest seit 1998 jährlich durchgeführt. Die repräsentative Studie bildet das Medienverhalten der 12- bis 19- Jährigen in Deutschland ab. Hierzu werden pro Jahr gut 1.200 Jugendliche befragt.

Der Medienpädagogische Forschungsverbund Südwest ist eine Kooperation der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LFK) und der Landeszentrale für Medien und Kommunikation Rheinland-Pfalz (LMK). Die Durchführung der Studie erfolgt in Zusammenarbeit mit dem Südwestrundfunk (SWR).

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