

Kontinuität und Wandel der Mediennutzung Jugendlicher – Impressionen zu 20 Jahren JIM-Studie

Dagmar Hoffmann

1 Einleitung

Jeweils im Frühsommer werden vom Medienpädagogischen Forschungsverbund Südwest Grundlagendaten zur Mediennutzung Jugendlicher in Deutschland erhoben, die dann jeweils im November veröffentlicht werden. Der Verbund ist eine Kooperation der beiden Landesmedienanstalten von Baden-Württemberg (LFK) und Rheinland-Pfalz (LMK) sowie dem Südwestrundfunk (SWR). Die repräsentative Studienreihe „JIM“ (Jugend, Information, [Multi-]Media)“ ist nicht nur für die medienpädagogische Forschung und Praxis von großer Bedeutung, sondern ebenso für alle wissenschaftlichen Fachdisziplinen, die sich mit der Untersuchung von Medienpraktiken Jugendlicher befassen. Die jährlich veröffentlichten Daten liefern einen umfänglichen Überblick über das Mediennutzungsverhalten, die Medienpräferenzen, die Medienrepertoires, das Informationsmanagement und verschiedene Aneignungsweisen von Jugendlichen im Alter von zwölf bis 19 Jahren. Die Befragung wird in einem mehrwöchigen Zeitfenster telefonisch durchgeführt. Bestimmte Items werden standardmäßig abgefragt, aber es gibt auch anlass- und phänomenbezogene Schwerpunktsetzungen, wie beispielsweise Cybermobbing, digitaler Stress, Gewaltdarstellung und Pornografie, Online-Communities und Datenschutz, Gefahren im Internet sowie Jugendmedienschutz.

2 Wandel von Medienpräferenzen und Medienpraktiken

Da sich das Medienangebot stetig verändert und sich ausdifferenziert, sind immer wieder neue Fragekategorien erforderlich. So war 1998, als die erste JIM-Studie erschien, an Soziale Netzwerke, Messaging- und Streaming-Dienste, selbst an TV-Castingshows nicht zu denken. Heranwachsende bevorzugten seinerzeit Spielfilme, Serien und Krimis im Fernsehen sowie Musiksendungen, die Jungen zudem vor allem Sportsendungen. Zu den drei Lieblingssendern zählten ProSieben (29%), RTL (26%) und Viva (11%) (*Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest* 1998, S. 11f.). Zur regelmäßigen Lektüre gehörten Fernsehzeitschriften, Jugend- und Musikzeitschriften (ebd., S. 17). Gedruckte Zeitungen galten keineswegs als überholt und altmodisch, sondern man war mehrheitlich der Mei-

nung (83%), dass man sie häufiger lesen sollte (ebd., S. 16). Der Computer wurde primär Zuhause genutzt, bei Freunden/innen, in der Schule und bei Verwandten. Computer waren nicht selbstverständlich internetfähig, Online-Zugänge zudem kostenintensiv. Gelegentlich wurden auch Internet-Cafés sowie Jugend- oder Freizeiteinrichtungen von den jungen Menschen frequentiert, um sich dort an den Computer zu setzen (ebd., S. 24). Das Internet wurde Ende der 1990er Jahre gerade mal von neun Prozent der Jugendlichen mindestens einmal pro Woche frequentiert; lediglich 18 Prozent aller Befragten gaben an, dort zu surfen bzw. Online-Dienste zu nutzen. Der Computer war vorrangig Spiel- und Schreibmedium, immobil und somit fand die Nutzung mitunter nur im sozial kontrollierten Raum statt (ebd., S. 37). Nur sieben Prozent der Befragten waren im Besitz eines eigenen Mobiltelefons. Jeder elfte befragte Jugendliche hatte einen Pager (ebd., S. 56), einen einfachen Funkmeldeempfänger, der in Deutschland nur kurze Zeit – von 1995 bis 2000 – auf dem Markt war, aber ein Vorläufer heutiger Instant Messaging-Dienste und Mobiltelefone. Das Gerät war nicht sonderlich komplex, kaum funktional und vor allem für einen textbasierten Kurznachrichtendienst recht teuer.

20 Jahre später ist der Modus des „always on“ (Ito u.a. 2008) und „always connected“ (Wellman u.a. 2003) der Regelfall¹, es wird von der Head Down Generation gesprochen, Smartphones sind omnipräsent und vor allem im schulischen Kontext oftmals Stein des Anstoßes. Der multifunktionale „Taschencomputer“ – wie Michel Serres (2013) ihn liebevoll in seiner Hommage an die junge Generation nennt – ist für Heranwachsende ein essentieller Alltagsbegleiter, der in allen Lebens- und Bedürfnislagen und zu fast allen Tageszeiten zum Einsatz kommt. Er ist Insignum der Beziehungs- und Imagepflege. Es wird schnell mal Zuhause und unterwegs was im Netz gesucht, geliked und auch über die Plattformen und Anwendungen sowie Messaging-Dienste geteilt. Das Lernprinzip „Bring your own device“ (BYOD) wird in Deutschland bislang kaum verfolgt. So ist es immer noch unüblich, mobile Endgeräte im Unterricht als digitale Lernumgebung zu verstehen und sinnstiftend einzusetzen. Stationäre Computer – oftmals separiert in Kabinetten oder Laboren – sind nach wie vor gängige Zugangsweisen der Wissensvermittlung und -aneignung. Circa ein Drittel der Schüler und Schülerinnen lernt mittels Whiteboardeneinsatz, wobei diese digitalen, interaktiven Tafeln eher an Gymnasien und seltener an Haupt- und Realschulen präferiert werden (*Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest* 2017, S. 54²).

Konstantes Interesse besteht bei den Heranwachsenden an digitalen Spielen, wobei man sich 1998 in der Abfrage nur auf PC-Spiele konzentrierte, heute aber auf Computer-, Konsolen-, Online-, Tablet- und Handyspiele. Jungen spielen nach wie vor mehr als Mädchen. Jüngere Jugendliche bis 15 Jahre nehmen sich mehr Zeit für das Spielen als ältere Jugendliche. Besonders beliebt sind Handyspiele (Spiele-Apps), aber auch Onlinespiele, die insbesondere für männliche Spieler nicht nur realistischere und lebendigere Spielhandlungen bieten, sondern auch umfangreiche Möglichkeiten der Vernetzung und des Austauschs (vgl. *Hajok* 2013, S. 12). Die beliebtesten Spiele der Jungen sind „FIFA“ und „Grand Theft Auto“, die der Mädchen „Candy Crush“ oder „Sim City“. Lediglich „Minecraft“ wird von Jungen und Mädchen gleichermaßen geschätzt (*Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest* 2017, S. 51). Ein Einzelspieleranking wurde in den JIM-Befragungen der frühen Jahre nicht vorgenommen bzw. wurden die Lieblingsspiele in Genres kategorisiert. Demzufolge favorisierten um die Jahrtausendwende sowohl Jungen als auch Mädchen eher Denk-/Geschicklichkeits- bzw. Strategiespiele. Jungen nannten zudem auch Simulations- und Action-Spiele. Jeder siebte Heranwachsende widmete sich Adventure-Games (*Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest* 2001, S. 28).

3 Kontinuitäten und Medienbindungen

Die JIM-Studien konzentrieren sich nicht allein auf die großen Medienumbrüche und technische Neuheiten sowie Anwendungen, sondern die Verantwortlichen fragen regelmäßig auch die Nutzung von Einzelmedien ab. Von Beginn an wurde etwa nach dem Leseverhalten gefragt. Hier zeigt sich über 20 Jahre eine konstante Affinität zu Büchern, insbesondere der Mädchen (siehe auch *Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest* 2013, S. 12, *Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest* 2017, S. 19). Gut jedes zweite Mädchen nimmt mehrmals die Woche ein gedrucktes Buch zur Hand, von den Jungen liest etwa jeder dritte regelmäßig Bücher. Für GymnasiatInnen ist die regelmäßige Lektüre selbstverständlicher als für Jugendliche mit formal niedriger Bildung. E-Books haben sich im Alltag der jungen Menschen noch nicht durchgesetzt. Nur eine Minderheit von sechs Prozent bevorzugt mehrmals die Woche einen E-Book-Reader. Weiterhin macht die JIM-Studie deutlich, dass Radio allgemein ein unterschätztes und leider auch wenig erforschtes Medium ist, das sich bei Jugendlichen über den Untersuchungszeitraum von zwei Jahrzehnten großer Beliebtheit erfreut. Wenngleich heutzutage auf vielfältige Weise Musik gehört werden kann, machen YouTube und Musik-Streaming-Dienste dem Radio nur bedingt Konkurrenz. Gaben 1998 85 Prozent der Jugendlichen an (*Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest* 1998, S. 13), mehrmals die Woche Radio zu hören, sind es 2017 immerhin noch 73 Prozent (*Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest* 2017, S. 13). Ebenfalls ist das Fernsehen weiterhin für drei Viertel der Mädchen und Jungen fester Bestandteil des Medienrepertoires, das mehrmals die Woche genutzt wird und zwar auf klassischem Weg über das stationäre Gerät. Nur jeder fünfte Heranwachsende sieht über das Internet fern. Favorisiert wird nach wie vor ProSieben, allerdings deutlicher von den Jungen als von den Mädchen (ebd., S. 39f.). Eine weitere wichtige Plattform für Bewegtbildinhalte jeglicher Form – d.h. Serien, Filme, Clips, Tutorials – ist seit vielen Jahren YouTube, die unter Heranwachsenden als das liebste Internetangebot gilt. Auf dem 2005 gegründeten Videoportal findet einfach jeder und jede etwas für sich, wobei in der JIM-Studie auch auf die Verbreitung und Rezeption entwicklungsbeeinträchtigender Inhalte, Falschinformationen und Propaganda hingewiesen wird (ebd., S. 43). Nicht zuletzt wird in der JIM-Studie auch die Nutzung sozialer Netzwerke verfolgt und die Zuwendung von Jungen und Mädchen zu Bild- und Videoplattformen. Hier lässt sich grob feststellen, dass über die Nutzung und Aneignung immer ähnliche situative wie entwicklungsbedingte Bedürfnisse befriedigt werden, lediglich die Kanäle aber variieren bzw. Jugendliche wandern von einem zum anderen. Mit anderen Worten: Jugendliche suchen sich jeweils das Netzwerk aus mit den Features, die ihren Wünschen und Neigungen am besten entsprechen und die für sie und ihre Persönlichkeit die beste Passform haben.

Interview mit dem Autor und den Autorinnen der JIM-Studie Sabine Feierabend, Referentin für Medienforschung/Programmstrategie beim Südwestrundfunk (SWR), Thomas Rathgeb, Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LFK) und Leiter der Geschäftsstelle des Medienpädagogischen Forschungsverbundes Südwest (mpfs) sowie Theresa Reutter, Referentin für Medien- und Publikumsforschung bei der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LFK).

Hoffmann: Die JIM-Studie wird jedes Jahr im November von WissenschaftlerInnen, PolitikerInnen und pädagogischen Fachkräften mit großer Spannung erwartet. Die Basisdaten liefern einen umfang-

lichen Blick auf die Mediennutzung der 12- bis 19-Jährigen und veranschaulichen nunmehr seit zwei Jahrzehnten den Medienwandel. Was waren bedeutsame Medienumbrüche für Jugendliche?

JIM-AutorInnen-Team: Der bedeutsamste Medienbruch war sicherlich der Siegeszug des Smartphones. Noch im Jahr 2010 hatte der Großteil der Jugendlichen ein konventionelles Handy ohne Touchscreen oder Internetzugang, nur 14 Prozent besaßen ein Smartphone. 2012 konnte etwa jeder zweite Jugendliche ein Smartphone sein Eigen nennen, 2016 waren es dann 95 Prozent. Mittlerweile ist das Smartphone Kommunikationszentrale, Mediaplayer, Spielkonsole, Lexikon, Digitalkamera, Terminkalender, Navigationssystem und Nachrichtenportal.

Hoffmann: Die Daten werden von Beginn an mittels Telefonbefragungen erhoben. Ist das Verfahren Ihrer Ansicht nach noch zeitgemäß oder wurden auch mal alternative Erhebungsverfahren angedacht?

JIM-AutorInnen-Team: Die Interviews für die JIM-Studie sind umfangreich, da verschiedenste Themengebiete der Mediennutzung abgedeckt werden. In Anbetracht des Umfangs ist es nach wie vor sinnvoll die Daten telefonisch zu erheben, da insbesondere die Jüngeren bis ca. 14 Jahre von einer Online-Befragung mit diesem Umfang überfordert wären. Eine Änderung der Erhebungsmethode würde zwangsläufig zu einem Bruch und einer nur eingeschränkt möglichen Vergleichbarkeit mit den Vorjahren führen. Diesen Bruch werden wir mittelfristig wohl irgendwann in Kauf nehmen, aktuell hat die telefonische Datenerhebung noch mehr Vor- als Nachteile gegenüber einer Online-Befragung.

Hoffmann: Wie verhält es sich mit der Abfrage von riskantem Verhalten, z.B. Pornografie- und Gewaltkonsum, illegalen Downloads, provokanten Uploads?

JIM-AutorInnen-Team: Riskantes Medienverhalten kann in der JIM-Studie nur bedingt abgebildet werden. Für die JIM-Studie werden mehrheitlich minderjährige Jugendliche befragt, die aus rechtlichen und forschungsethischen Gründen nicht zu strafbaren Handlungen interviewt werden können. Es können lediglich Stimmungsbilder oder Tendenzen gezeichnet werden, indem gefragt wird, inwieweit Jugendliche bestimmte riskante Verhaltensformen schon mal im Bekanntenkreis mitbekommen haben.

Hoffmann: Ein Dauerbrennerthema in der JIM-Studie ist Mobbing im Internet (Abfrage seit 2009). Welche Schlüsse ziehen die Landesmedienanstalten aus den ernüchternden Daten, die regelmäßig in der JIM-Studie ähnliche Opfer- und Betroffenzahlen liefern?

JIM-AutorInnen-Team: Mobbing ist kein neues Phänomen des Internets. Neu ist, dass Mobbing über Messenger oder soziale Netzwerke kein zeitliches und räumliches Limit (wie den Schulhof) kennt. Die gleichbleibenden Opfer- und Betroffenzahlen in der JIM-Studie zeigen die große Wichtigkeit von Medienkompetenzvermittlung und Hilfestellung für Jugendliche, die die Landesmedienanstalten mit Angeboten wie handysektor.de, klicksafe.de oder juuport.de leisten.

Hoffmann: Wie voraussetzungsreich ist es, in Zeiten der Medienkonvergenz und Ausdifferenzierung von Medien möglichst alle Facetten der Mediennutzung Jugendlicher im Blick zu haben? Vor welchen Herausforderungen steht der Medienpädagogische Forschungsverbund Südwest im Hinblick auf die konzeptionelle Weiterentwicklung der Studienreihen?

JIM-AutorInnen-Team: Das Thema Konvergenz beschäftigt uns schon lange und wird auch zukünftig eine Herausforderung sein. Digitale Inhalte sind nicht mehr an ein bestimmtes Gerät gebunden, damit stößt die früher übliche Differenzierung nach Gattungen und Geräten an ihre Grenzen. Im Rahmen der JIM-Studie orientieren wir uns zunehmend an Inhalten und Motiven und nicht nur an genutzten Geräten. Das Beispiel Bewegtbildnutzung zeigt, dass die unterschiedlichsten Inhalte im Netz angesehen werden und Fernsehinhalte auch über verschiedene Kanäle ausgespielt werden. So müssen bei der Gegenüberstellung von Fernseh- und Internetnutzung immer auch inhaltliche Dimensionen einbezogen werden, eine eindeutige Zuordnung der Begrifflichkeiten wird zunehmend schwieriger und in einigen Jahren vielleicht auch obsolet.

4 Fazit und Ausblick

Medienkonvergenz, erweiterte Medienrepertoires, aber vor allem auch die vermehrte Nutzung von Online-Plattformen und Smartphone-Anwendungen stellen sowohl JugendforscherInnen als auch die in der Praxis tätigen MedienpädagogInnen vor große Herausforderungen. Gerade die zeit- und ortsabhängige Nutzung mittels der mobilen Geräte lässt Heranwachsende unkontrolliert und autonom agieren (vgl. auch *Hajok* 2013, S. 12). Sicherlich brauchen Jugendliche ihre Freiräume auch im Hinblick auf Mediennutzung, aber für Jugendforschende, Eltern und PädagogInnen ist es insofern recht schwierig, hier konkret ausmachen zu können, welche Inhalte kursieren und welche davon de facto entwicklungsbeeinträchtigend respektive sozial desorientierend sein können. Man denke hier etwa an Snuff Videos, Happy Slapping oder aber auch Propagandavideos.

Die JIM-Studie liefert repräsentative Basisdaten, die Jugendforschende aller Disziplinen zu vertiefenden, weiterführenden qualitativen Studien auffordert. Die Daten suggerieren allgemein auf den ersten Blick auch über die lange Zeitspanne hinweg, einen moderaten, verantwortungsbewussten sowie zuweilen kritischen Umgang Jugendlicher mit Medien(anwendungen) und neuen Medientechnologien. Im Umkehrschluss darf aber keineswegs angenommen werden, dass Jugendliche nicht auch im Alltag verunsichert oder überfordert sind mit speziellen Medienangeboten oder der Einordnung sowie emotionalen als auch kognitiven Verarbeitung von bestimmten Inhalten (Stichwort: Satire, Fake News und bestimmte Darstellungen von Sexualität und Gewalt). Überdies ist vor dem Hintergrund einer sich weiter sozial und kulturell ausdifferenzierenden Bevölkerungsgruppe wie Jugendliche darüber nachzudenken, inwieweit es gelingen kann, weitere Stratifizierungsmerkmale, d.h. über Alter, Geschlecht und Bildungsniveau hinaus, angemessen berücksichtigen zu können (z.B. Migrationshintergrund, Konfession/Religiosität). Das betrifft nicht nur die JIM-Studie sondern alle größer angelegten Querschnittstudien, wie auch z.B. SHELL-Jugendstudie, die punktuell – aber nicht rigoros – entsprechende Schwerpunktsetzungen vornimmt.

Anmerkungen

- 1 *Vorderer* u.a. (2015) haben analog das Akronym POPC eingeführt und das Phänomen „permanently online, permanently connected“ in ihrem Essay systematisch zu beschreiben versucht.
- 2 Die Daten für 2018 lagen zum Zeitpunkt der Drucklegung dieses Heftes leider noch nicht vor.

Literatur

- Hajok, D.* (2013): Der veränderte Medienumgang Jugendlicher. Tendenzen aus 15 Jahren JIM-Studie. *Jugend Medien Schutz-Report*, 36, 6, S. 11-12. <https://doi.org/10.5771/0170-5067-2013-6-11>
- Ito, M./Horst, H. A./Bittanti, M./Boyd, D./Herr-Stephenson, B./Lange, P. G./Pascoe, C. J./Robinson L.* (2008): *Living and Learning with New Media: Summary of Findings from the Digital Youth Project*. – Chicago.
- Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest* (1998). *JIM-Studie 2001*. Jugend, Information, (Multi-)Media. – Baden-Baden.
- Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest* (2001): *JIM'98*. Jugend, Information, (Multi-)Media. – Baden-Baden.

- Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest* (2013): 15 Jahre JIM-Studie. Jugend, Information, (Multi-)Media. Studienreihe zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger, 1998-2013. – Stuttgart.
- Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest* (2017): JIM-Studie 2017. Jugend, Information, (Multi-)Media. – Stuttgart.
- Serres, M.* (2013): Erfindet euch neu! Eine Liebeserklärung an die vernetzte Generation. – Frankfurt/Main.
- Vorderer, P./Klimmt, C./Rieger D./Baumann, E./Hefner, D./Knop, K./Krömer, N./Mata, J./von Pape, T./Quandt, T./Reich, S./Reinecke, L./Trepte, S./Sonnentag, S./Wessler H.* (2015): Der mediatisierte Lebenswandel: Permanently online, permanently connected. *Publizistik*, 60, 3, S. 259-276.
<https://doi.org/10.1007/s11616-015-0239-3>
- Wellman, B./Quan-Haase, A./Boase, J./Chen, W./Hampton, K./Diaz, I./Miyata, K.* (2003): The social affordances of the Internet for networked individualism. In: *Journal of Computer-Mediated Communication*, 8, 3. Online verfügbar unter:
<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2003.tb00216.x/full>, Stand: 12.06.2014.
<https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2003.tb00216.x>