

20. Mai 2008

Pressemitteilung

Jugendliche in konvergierenden Medienwelten: Internet-PC wird zum zentralen Medium

Neue Ergebnisse aus dem Medienkonvergenz Monitoring

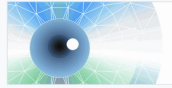
Das Medienkonvergenz Monitoring beobachtet seit 2003 die Entwicklung der Medienkonvergenz, bei der vormalig getrennte Medienbereiche und Übertragungswege zunehmend zusammenwachsen. Im Mittelpunkt steht die Relevanz dieser Entwicklung für Heranwachsende und deren Medienumgang. Die Ergebnisse der soeben abgeschlossenen dritten Welle dieser Langzeituntersuchung basieren auf einer Onlinebefragung von mehr als 5000 Jugendlichen im Alter von 12 bis 19 Jahren. Der Fokus der Untersuchung lag einerseits auf der Nutzung der multifunktionalen Medien Computer, Internet und Handy. Andererseits wurde untersucht, wie Jugendliche ihr Interesse für Musik, Computerspiele, Filme und Fernsehsendungen über verschiedene Medien hinweg verfolgen. Die aktuellen Ergebnisse sind abrufbar unter www.medienkonvergenz-monitoring.de.

Der Internet-PC wird für Jugendliche zum wichtigen Unterhaltungsmedium. Für Jugendliche ist das Internet nicht mehr nur ein Medium, um sich zu informieren oder mit anderen zu kommunizieren. Über das Internet die Lieblingsmusik zu hören, Videos und Fotos anzusehen oder Radio zu hören – all diese Unterhaltungsangebote gehören für Jugendliche ebenso zum Medienalltag. Vor allem Online-Videos auf Plattformen wie *YouTube*, *Clipfish* oder *MyVideo* sind unter Jugendlichen sehr beliebt: 92% der befragten 12- bis 19-Jährigen sehen sich Online-Videos an.

Vorlieben für Inhalte aus den ‚alten‘ Massenmedien führen Jugendliche ins Netz. Jugendliche konsumieren auf Videoplattformen im Internet nicht nur Videos, die von den Nutzern produziert wurden (wie z.B. private Spaßvideos) sondern vor allem auch Inhalte der ‚alten‘ Massenmedien. Insbesondere ihre Vorlieben für Musik, aber auch für Filme und Fernsehsendungen führen Jugendliche ins Netz: 66% der musikinteressierten Jugendlichen schauen sich Musikvideos im Internet an. Onlinevideos zu Filmen sehen sich 55% der Filminteressierten an und Onlinevideos zu Fernsehsendungen nutzen 30% der Fernsehinteressierten.

Das Internet wird für Jugendliche zum Massenmedium 2.0. Internetspezifische Inhalte, wie z.B. Videoparodien auf *Harry Potter*, können bei Jugendlichen einen ebenso hohen Bekanntheitsgrad erreichen wie Inhalte ‚klassischer‘ Massenmedien. Sie werden nicht nur tausendfach angeklickt, sondern liefern den Stoff für Pausengespräche und werden als Link im Freundeskreis verschickt. Dabei ist das Internet aber nicht einfach nur ein weiteres Massenmedium. Es sind vor allem die neuen Nutzungsqualitäten, weswegen immer mehr junge Menschen das Internet zur Unterhaltung nutzen: Im Netz stellen sie sich ihr ‚Programm‘ ganz individuell zusammen, indem sie sich ihre Lieblingsvideos gezielt anschauen und in Playlisten abspeichern oder nach neuen, spannenden Videos suchen. Zudem können sie dort auf viele zusätzliche Informationen zugreifen, Kommentare lesen oder schreiben und sich mit ‚Gleichgesinnten‘ vernetzen.

Jugendliche nutzen das Internet auch als Mitmachmedium. Auch wenn viele Jugendliche Web2.0-Angebote wie z.B. Videoplattformen zur Unterhaltung nutzen – das Internet selbst durch das Hochladen eigener Inhalte mitzugestalten ist für sie nicht in gleichem Maße relevant. So haben z.B. nur 40% der Befragten schon einmal ein Video selbst (oder gemeinsam mit anderen) ins Internet gestellt. Anders ist dies aber bei Bildern: 84% der befragten 12- bis 19-Jährigen laden Bilder ins Internet, 39% tun dies sogar oft. Mit diesen Bildern, seien es Fotos von der letzten Party, Selbstporträts oder auch Bilder von den Lieblingsstars, präsentieren sich die Jugendlichen selbst im Internet. Sie gestalten damit ihr virtuelles ‚Profil‘ - z.B. bei Social Networks wie *SchuelerVZ* und *MySpace* oder auch bei Messengerdiensten wie *ICQ*.



Der Internet-PC macht ‚alte‘ Medien für Jugendliche zunehmend überflüssig. Die Stereoanlage verschwindet aus dem Jugendzimmer, der Discman ist schon längst verstaubt: Wenn Jugendliche heute Musik hören, dann hören sie meist MP3-Dateien - sei es mit dem PC oder mit mobilen Playern – oder sie greifen gleich auf das Internet zu. Am Beispiel der Musikknutzung zeigt sich am deutlichsten, dass der Gebrauch von Computer und Internet zunehmend zur Ablösung von ‚alten‘ Trägermedien und Wiedergabegeräten führt: 78% der befragten Jugendlichen hören Musik oft am PC, während nur 36% oft den CD-Player zum Musikhören nutzen. Das Internet tritt zunehmend in Konkurrenz zum herkömmlichen Rundfunk: 40% der Befragten hören ihre favorisierte Musik im Internet, jedoch nur 29% im Radio und 28% im Fernsehen.

Alle weiteren Ergebnisse der 3. Welle des Medienkonvergenz Monitoring, auch differenziert nach Geschlecht, Alter und Bildungshintergrund der Befragten, sind als pdf-Datei im Internet unter www.medienkonvergenz-monitoring.de abrufbar.

Kontakt:

Jan Keilhauer, Maren Würfel, Matthias Kießling
Universität Leipzig / Abteilung Medienpädagogik und Weiterbildung
Emil-Fuchs-Str. 1
04105 Leipzig

Internet: www.medienkonvergenz-monitoring.de
Mail: redaktion-memo@uni-leipzig.de /
Tel.: ++49 341 / 97 35 888

Das Projekt Medienkonvergenz Monitoring ist ein Langzeitprojekt der Professur für Medienpädagogik und Weiterbildung der Universität Leipzig (Prof. Dr. Bernd Schorb) und wird von der Sächsischen Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (SLM) gefördert.