

MEDIEN- NUTZUNG DER JUGEND

Heute informieren wir uns und tauschen uns zunehmend digital aus. Wie sieht es aber genau bei der jüngeren Generation aus: Wie bildet sie sich eine politische Meinung? Ist sie ausreichend informiert? Diese Fragen beschäftigen die Schweizer Medienforschung. Zwei aktuelle Studien dazu in Kürze.

JAMES-Studie 2022

Die JAMES-Studie, im Dezember 2022 veröffentlicht, untersucht das Freizeit- und Medienverhalten junger Menschen zwischen 12 und 19 Jahren. Im Fokus steht bei dieser Altersgruppe vor allem die Mediennutzung im sozialen Kontext mit Altersgleichen. Fazit: Bei den breit genutzten sozialen

Netzwerken setzen Mädchen die Trends. Sie steigen früher bei neuen sozialen Netzwerken ein als Jungs. Die gamen dafür häufiger, besonders beliebt sind Gratis-Games. Jugendliche pflegen zudem weniger, jedoch qualitativ hochwertigere Freundschaften als vor zehn Jahren. Die Studie zeigt zudem, dass die Jugendlichen beim Datenschutz nachlässiger werden. Bei dieser Studie ist die Untersuchung des Verhaltens bei der Informationsbeschaffung weniger zentral, dennoch zeigt sie auf, dass die Nutzung der Medien zu Informa-

tionszwecken stark alters-, aber auch bildungsabhängig ist und sich nach Geschlecht unterscheidet: Vor allem ältere Jungs (18 bis 19 Jahre) nutzen Suchmaschinen zu Informationszwecken oder besuchen Portale von Zeitungen oder Zeitschriften. Soziale Netzwerke (TikTok und Co.) werden von Jugendlichen, die ein Untergymnasium besuchen, signifikant weniger oft zu Informationszwecken genutzt als von Sekundar- oder Realschülerinnen und -schülern.



Jahrbuch Qualität der Medien 2022

Jahrbuch Qualität der Medien des Forschungszentrums Öffentlichkeit und Gesellschaft (fög): Erschienen Oktober 2022, erfasst das Jahrbuch Qualität der Medien unter anderem die mobile Mediennutzung von über 300 Teilnehmenden zwischen 19 und 24 Jahren. Der Fokus der Studie liegt ausschliesslich auf Newskonsum und -qualität. Die Ergebnisse zei-

gen, dass die Teilnehmenden durchschnittlich circa sieben Minuten pro Tag News konsumierten. Der Befund bestätigt gemäss fög die seit einigen Jahren bereits in Umfragen ermittelte News-Deprivation bei jungen Erwachsenen. Während junge Männer täglich durchschnittlich elf Minuten News konsumieren, liegt die mobile Nutzungsdauer bei Frauen bei fünf Minuten pro Tag, so die Studie. Das fög zeigt weiter auf, dass das Verhalten beim News-Konsum mit dem Verhalten an der Urne korreliert: Besonders hoch ist die Stimmbeteiligung (70 %) bei Menschen, die traditionelle Schweizer Medienan-

gebote wie Zeitungen, Radio- oder TV-Nachrichten nutzen – zwar nicht intensiv, aber regelmässig. Signifikant tiefer ist sie bei den News-Deprivierten (30 %), die im Vergleich zu anderen Gruppen mit Nachrichten unterversorgt sind. Die Befunde des Jahrbuchs zeigen auch auf, dass die Qualität der Schweizer Medien insgesamt leicht zugenommen hat.

