

Rebekka Leimig: Internet als wichtigstes Medium zur Informations- und Meinungsbildung bei jungen Leuten

Beitrag aus Heft »2013/05: E-Learning«

Welche Relevanz besitzen die unterschiedlichen Mediengattungen (Tageszeitungen, Zeitschriften, Radio, TV und Internet) für die Meinungsbildung der Deutschen, wenn diese sich über das Zeitgeschehen in Politik, Wirtschaft und Kultur aus Deutschland und aller Welt informieren wollen? Diese und weitere Fragen wurden in der Studie Relevanz der Medien für die Meinungsbildung von TNS Infratest im Frühjahr 2013 im Auftrag der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) untersucht. Dafür wurde sowohl die Nutzung der einzelnen Mediengattungen zur Information als auch deren Wichtigkeit für die Meinungsbildung erhoben. Die Ergebnisse dienen auch als Grundlage für den MedienVielfaltsMonitor der BLM. Bezüglich der Mediennutzung zur Information kommt die Studie zu folgenden Ergebnissen: Das Fernsehen ist mit knapp 60 Prozent noch immer das am meisten genutzte Medium, gefolgt von Hörfunk (49,9 %), Tageszeitung (36,6 %), Internet (24,7 %) und Zeitschriften (8,4 %). Das Fernsehen bleibt also alters- und bildungsunabhängig das wichtigste Medium zur Informationssuche. Bei genauerer Betrachtung der Internetnutzung zeigt sich, dass vor allem die mobile Nutzung für die Informationsrecherche immer wichtiger wird. Über 40 Prozent derjenigen, die sich über das Internet informieren, nutzen dafür ein mobiles Gerät, also ein Smartphone oder Tablet. Bei den 14- bis 29-Jährigen liegt Facebook eindeutig mit 64 Prozent vor anderen Recherche-Quellen wie Video-Portalen (47 %) und Online-Portalen von Zeitschriften (45 %). Deutlich zugenommen hat die Internetnutzung zur Informationsbeschaffung der über 50-Jährigen, welche seit 2009 (16 %) auf 27 Prozent gewachsen ist.

Die Untersuchung zur Wichtigkeit einzelner Mediengattungen ergab, dass für 40 Prozent der Bevölkerung ab 14 Jahren das Fernsehen nicht nur die bevorzugte, sondern auch die wichtigste Informationsquelle ist. Dennoch gewinnt das Internet an Bedeutung, was insbesondere zu Lasten des Fernsehens geht. Für die 14- bis 29-Jährigen ist das Internet mit 49 Prozent mit Abstand das wichtigste Informationsmedium, worauf mit 26 Prozentpunkten das Fernsehen und die Tageszeitungen mit 13,6 Prozent folgen. Die wachsende Wichtigkeit des Internets für junge Leute und die steigende Nutzung bei den über 50-Jährigen stützen die Erwartung, dass die Bedeutung des Internets als wichtigstes Medium für die Meinungsbildung in Zukunft noch erheblich steigen wird. Letztendlich wurde aus diesen Ergebnissen das Meinungsbildungsgewicht gebildet. Wichtigstes Medium für die Meinungsbildung ist demzufolge nach wie vor das Fernsehen mit einem Gewicht von rund 37 Prozent. Allerdings hat die Bedeutung im Vergleich zu 2011 abgenommen, dagegen haben Internet und Tageszeitungen zugelegt. Demnach entfallen 2013 auf Tageszeitungen 23 Prozent, Radio 19 Prozent, Internet 18 Prozent und Zeitschriften vier Prozent Meinungsbildungsgewicht. www.blm.de/de/pub/radio__tv/forschung/medienvielfaltsmonitor.cfm