

Medienverhalten von Jugendlichen

Die Wahlkreisbüros der Abgeordneten haben sich inzwischen zu Kieztreffpunkten entwickelt. Was liegt näher, als dort auch Gäste zu Veranstaltungen einzuladen.



Der Leiter des Wahlkreisbüros des Abgeordneten Michael Müller, Philipp Mengel (r.), hatte zwei Medienprofis zum Gespräch mit Jugendlichen eingeladen. Der Einladung folgten Ansgar Hocke (links) vom rbb und Big Moe von 98.8 KISS FM. Ihnen gegenüber saßen 25 Jugendliche aus der Gustav-Heinemann-Gesamtschule und vom Kinder- und Jugendparlament Tempelhof-Schöneberg.

Big Moe moderiert von Montag bis Freitag die Morning-Show bei KISS FM. Ansgar Hocke ist über seine journalistische Tätigkeit bei verschiedenen Zeitungen, u.a. der Berliner Morgenpost, 1984 zum Sender Freies Berlin gekommen und hat beim Vorläufer des rbb zahllose Funktionen inne, u.a. war er Parlamentskorrespondent in Bonn und lernte dort zwangsläufig Helmut Kohl kennen, der ja einen besonders rüden Umgangston mit Journalisten pflegte. In die Diskussionsrunde am 16. Juni platzte dann die Nachricht, dass der frühere Bundeskanzler verstorben sei. Die anwesenden Jugendlichen konnten sich nicht so recht an Helmut Kohl erinnern, sie sind halt mit Angela Merkel aufgewachsen.

Big Moe und Ansgar Hocke, Privatrundfunk vs. öffentlich rechtlicher, gingen sehr respektvoll miteinander um und hatten keine Probleme damit zuzugeben, die Angebote des jeweils anderen Anbieters in Anspruch zu nehmen. So hört Ansgar Hocke gelegentlich KISS FM, um zu entspannen und weil ihm die Musik gefällt, während sich Big Moe unter anderem auf der rbb Internetseite über das Neueste aus aller Welt informiert. Ansgar Hocke ließ natürlich nicht

unerwähnt, dass die rbb Welle „Radio Fritz“ natürlich auch sehr hörensweet sei, und Big Moe wies auf die gut recherchierten Nachrichtensendungen in seinem Programm hin. Die beiden Medienmacher hielten keine langen Vorträge, sondern, angeregt durch den Gesprächsleiter Philipp Mengel, bezogen die Jugendlichen mit ein. Facebook liegt bei den Jugendlichen ganz weit vorn, Twitter ist hingegen nicht so angesagt. Da kann man nur von Glück reden, weil sie auf diese Weise nicht den ganzen Blödsinn nicht mitbekommen, den Donald Trump ständig von sich gibt.

Für Ansgar Hocke ist klar, dass hinter der Twittererei des amerikanischen Präsidenten ein ganzes Team steckt. Ebenso wie bei Wladimir Putin ist die Verbreitung eigener Nachrichten strategische Kriegsführung. Ansgar Hocke und Big Moe wiesen darauf hin, dass ihre Nachrichten aus seriösen Quellen stammen, zum Beispiel der Deutschen Presseagentur, und beim RBB aus vielen eigenen Recherchen. Wobei Ansgar Hocke zugab, dass heute alles viel schneller geworden ist, was zu Lasten einer gründlichen Recherche gehen kann. Die Technik macht es heute möglich, dass jeder Nachrichten verbreiten und mit gezielt eingesetzten Fake-News Stimmungen erzeugen kann.

Die Jugendlichen versicherten, sich auch aus seriösen Quellen zu informieren. Wenn etwas passiert ist, schalten sie den Fernseher ein. Nachrichten im Radio hören, ist weniger angesagt, dann doch mehr über das Internet. Und ganz unten im Kurs stehen die guten alten gedruckten Zeitungen. Artikel aus Zeitungen jedoch liest man im Internet. Und natürlich bekommt man alles über die abonnierten Apps auf sein Handy.

Die Jugendlichen sind durchaus daran interessiert, was um sie herum passiert, sind aber, wie ein Beispiel zeigt, auch zu bequem, einen Missstand zu beseitigen. So regte sich ein junger Mann darüber auf, dass er in seiner Straße, obwohl sie breit genug ist, man nicht parken darf. Sich an die örtliche BVV zu wenden oder sich bei der Abendschau zu beschweren, die in solchen Fällen vorbeikommt und sicher kümmert, ist ihm zu aufwendig.

Einer meinte, dass ihm Geschichten von und über „alte Leute“ nicht interessieren. Big Moe setzte dem eindringlich entgegen, dass junge Menschen alten und alte jungen ihre Geschichten erzählen müssen, sonst ginge viel verloren. Man fragt sich immer wieder, wie es heute in den Familien aussieht. Redet man überhaupt noch miteinander, oder hat selbst

beim Frühstück jeder nur sein Handy im Blick? Das Interesse an Politik ist bei den Jugendlichen mäßig ausgeprägt. So sagte eine Jugendliche, dass sie es nicht gut fände, wenn sich Künstler in einem Konzert zu politischen Fragen äußern würden. Sie käme wegen der Musik und nicht, um zu erfahren, welche Meinung der Künstler habe. Dafür kann man angesichts der Konzertkartenpreise Verständnis haben, mich allerdings – natürlich kein Maßstab für Jugendliche – interessiert schon, wem ich zuhören möchte. Einem homophoben Rapper oder einem sozial engagierten Sänger aus dem Ruhrpott.

Ein anderer Jugendlicher ist an Umfragen nicht interessiert und hat auch noch nie etwas von Berlins beliebtesten Politiker Klaus Lederer gehört. Das machte mir den Jugendlichen schlagartig sympathisch. Ich bin zwar ein interessierter Beobachter von Meinungsumfragen, gebe aber letztlich nicht allzu viel auf sie. Gerade bei der Ermittlung der beliebtesten oder wichtigsten Politiker gibt es eine große Schwachstelle, nämlich den Bekanntheitsgrad.

Die Diskussion im Tempelhofer Wahlkreisbüro von Michael Müller war aufschlussreich für beide Seiten und hat auch ein wenig Spaß gemacht. Immerhin, und das darf nicht unterschätzt werden, war es schon eine tolle Leistung, sich an einem Freitag um 16 Uhr an so einer Veranstaltung zu beteiligen. Dazu muss man natürlich auch anmerken, dass die Gustav-Heinemann-Schule und auch das Kinder- und Jugend-Parlament Tempelhof-Schöneberg eine Menge für die politische Bildung tun.



Nach der Veranstaltung, als schon fast alle weg waren, kam Michael Müller spontan in seinem Büro vorbei, um für die Abendschau ein Statement zum Tode von Helmut Kohl abzugeben. Unerwartete Gelegenheit für Big Moe, ein Selfie mit dem Regierenden Bürgermeister zu machen.

Werfen wir zum Schluss noch einen Blick auf ein paar interessante Statistiken zum Medienverhalten von Jugendlichen. Nachzulesen unter

http://www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/Grunddaten_Jugend_Medien.pdf

Zuerst fällt unser Blick auf die Statistik mit den Angaben, welche Medien Jugendliche selbst besitzen. Die ersten Ziffern betreffen jeweils die Mädchen, die zweiten die Jungen. Handy/Smartphone 98-95, also fast alle, ebenso verhält es sich beim Internetzugang: 91-93. Über einen eigenen Computer verfügen 71-77 Prozent, über ein Fernsehgerät 51-58 und ein Radio 55-54 Prozent. (Quelle: JIM-Studie 2016)

Die tägliche Nutzungsdauer bei den 14- bis 29-jährigen sieht wie folgt aus: Fernsehen 144 Minuten am Tag, Radio 137, Internet 187, Tageszeitung 9 Prozent, Bücher 22. Die Zahl bei den Büchern ist deshalb interessant, weil gemessen an der Gesamtbevölkerung mit einem Anteil von 19 Prozent, die Jugendlichen vorn liegen. (Quelle: ARD/ZDF)

Bleiben wir noch einen Augenblick bei den Büchern. 2014 hat die Jugendzeitschrift Bravo folgende Zahlen ermittelt: sehr gerne lesen bei den 12- bis 19-jährigen 59 Prozent der Mädchen Bücher und nur 39 Prozent der Jungen, bei den 15- bis 16-jährigen ist das Verhältnis 59 zu 35 und bei den 17- bis 19-jährigen 64 zu 25. Die Mädchen liegen klar vorn. Und was liest man so? Kaum zu glauben: 59 Prozent der Mädchen bevorzugen Liebesromane, eine Kategorie, die bei Jungen gar nicht erst vorkommt. Fantasy 47 zu 41, Thriller 37 zu 28. Nur sechs Prozent der Mädchen interessieren sich überhaupt nicht für Bücher, aber 21 Prozent der Jungen.

Eine Quelle, die allerdings aus dem Jahre 2013 stammt (Hasenbrink/Schmidt) sagt, dass sich die Jugendlichen zu 72,6 Prozent ihre Informationen aus dem Fernsehen holen, 32,5 aus dem Radio, 57,2 Prozent Zeitungen und 90,2 Prozent Internet. Und wie sieht es mit der Glaubwürdigkeit aus? (Erste Ziffer sehr glaubwürdig, zweite eher glaubwürdig). Öffentlich-rechtliche Fernsehprogramme 30-48, private Fernsehprogrammen 11-42. Die Tageszeitungen vor Ort 27-53. Öffentlich-rechtliche Radioprogramme: 26-51. Nachrichten im Internet 15-57. Facebook und andere: 4-22. Facebook ist die einzige Kategorie wo die Werte für weniger (46) und gar nicht (21) glaubwürdig höher sind als bei allen anderen.

(Quelle: Behrens, Calmbach, Schleier 2014).

Fazit: Der Nachwuchs geht kritisch mit den Medien um und vor allem: er nutzt sie.

Zusammenstellung, Kommentierung und Fotos: Ed Koch