

JIM-Studie 2021: Jugendliche immer häufiger mit Desinformationen und Beleidigungen im Netz konfrontiert

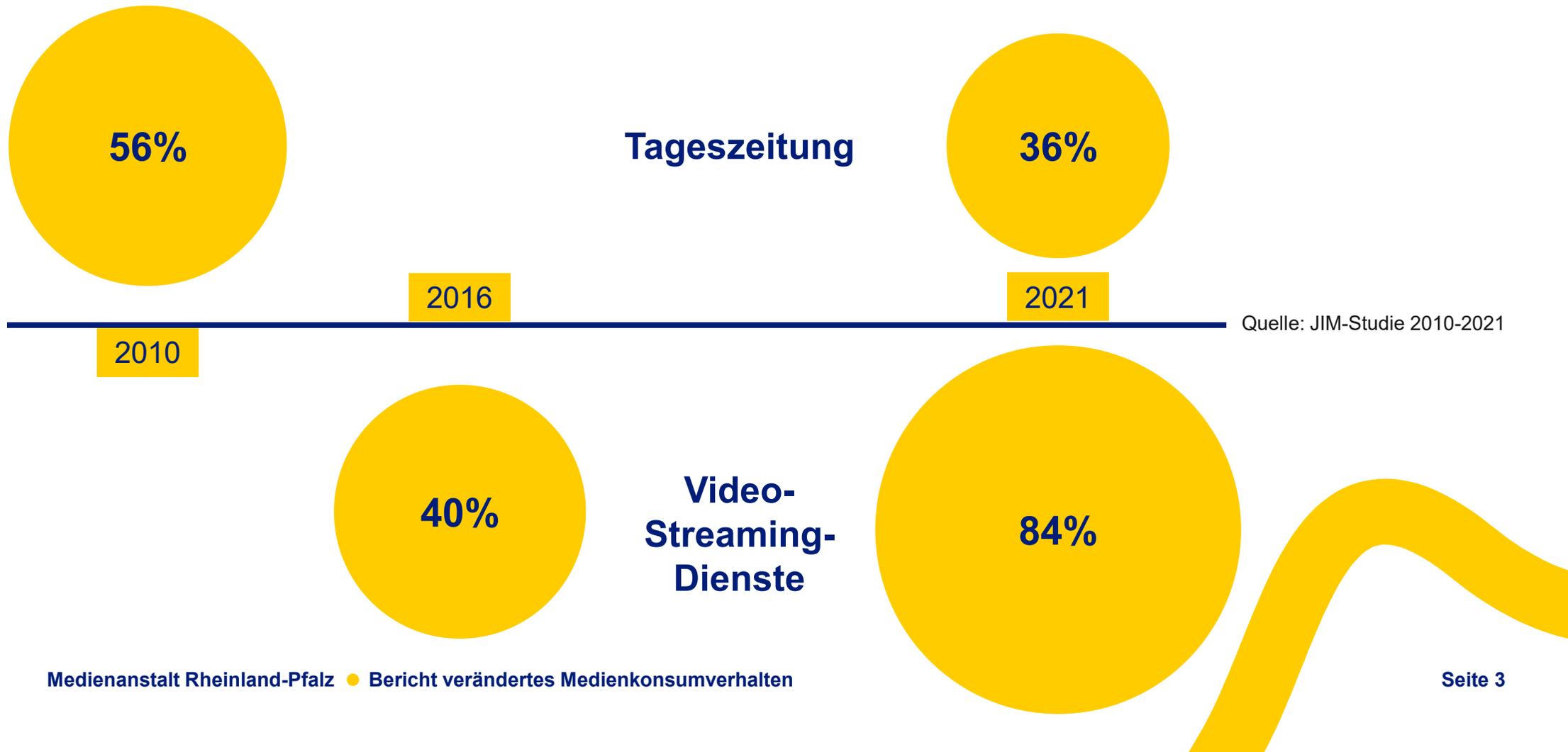
Ausschuss für Digitalisierung,
digitale Infrastruktur und Medien



Jugendliche Medienwelten

Alles andere als linear und klassisch

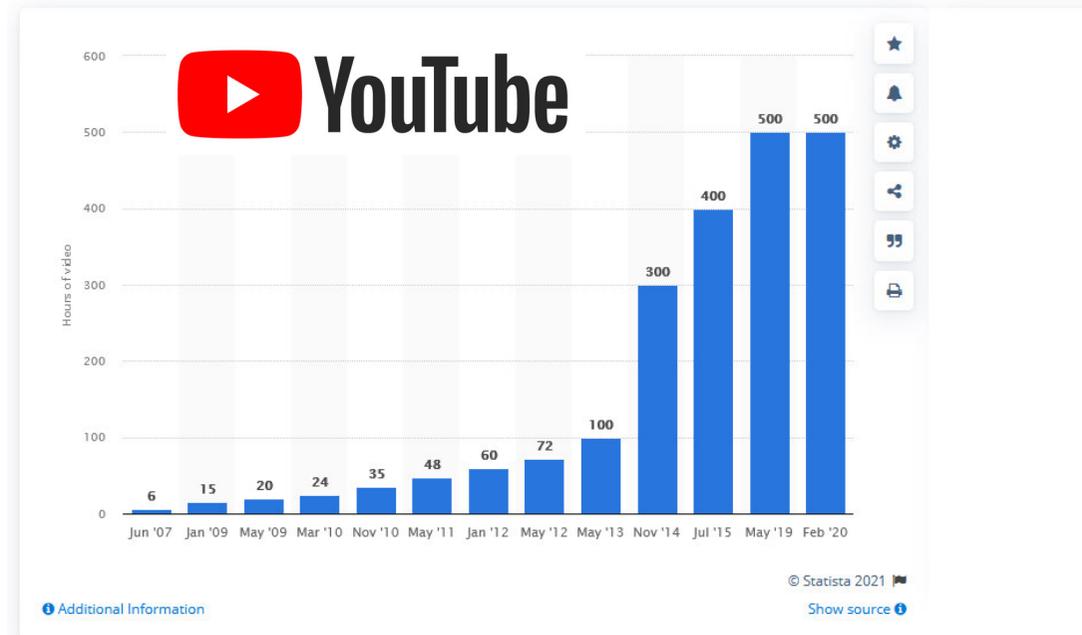
Medienabonnements im eigenen Haushalt



Bewegtbild: grenzenlos und „unlimited“

- ▲ Bei Jugendlichen sind Netflix und YouTube die wichtigsten Plattformen für Serien, Filme und Videoclips
- ▲ Jede Minute werden circa **500 Stunden** Bewegtbild auf YouTube online gestellt
- ▲ Online-Angebote für Serien und Filme fest in amerikanischer Hand

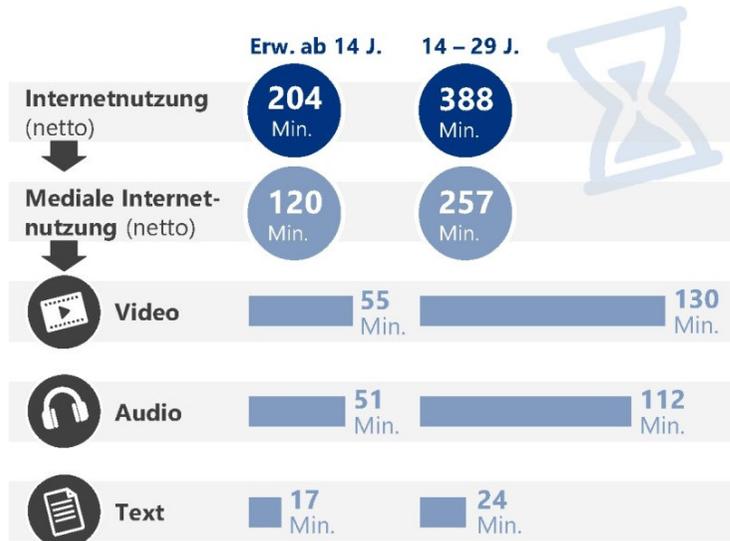
Hours of video uploaded to YouTube every minute as of February 2020



Quelle: statista.com

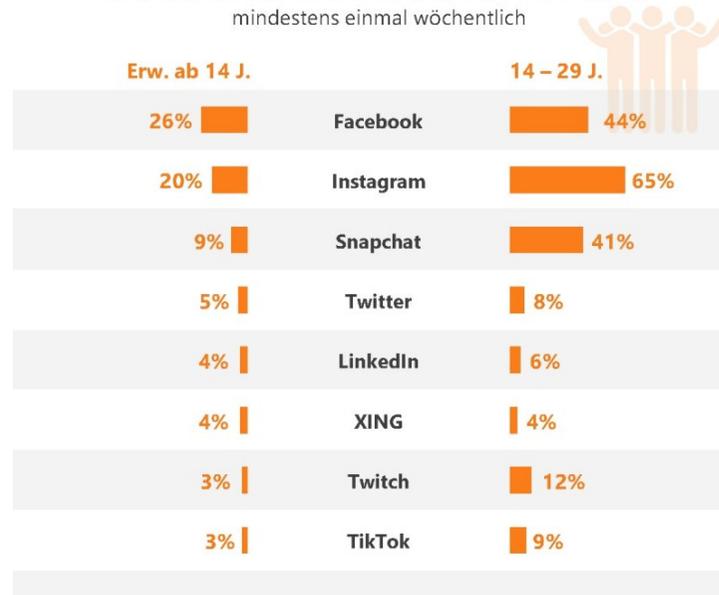
Nutzungsgewohnheiten: Jugendliche vs. Erwachsene

TÄGLICHE NUTZUNGSDAUER 2020



SOCIAL MEDIA NUTZUNG 2020

mindestens einmal wöchentlich



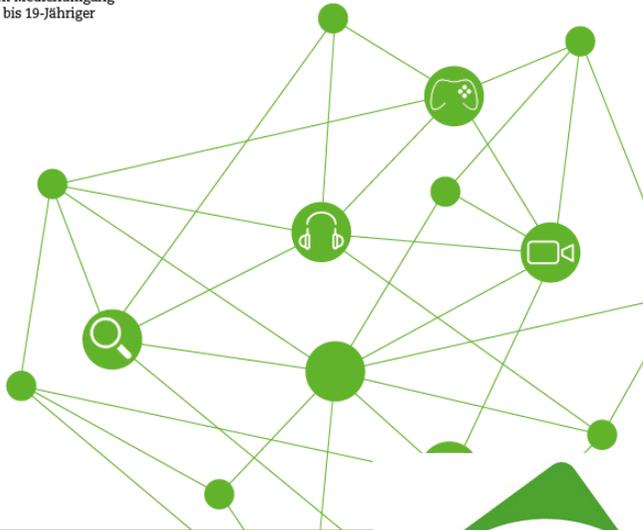
Quelle: ARD und ZDF Onlinestudie 2020



JIM-Studie 2021

Jugend, Information, Medien

Basisuntersuchung
zum Medienumgang
12- bis 19-Jähriger



LFK • Die Medienanstalt für
Baden-Württemberg

Medienanstalt
Rheinland-Pfalz



Medienpädagogischer
Forschungsverbund
Südwest

Medienanstalt Rheinland-Pfalz ● Bericht verändertes Medienkonsumverhalten

JIM-Studie 2021

- ▲ Die Studie „Jugend, Information, Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger“ wird seit 1998 vom mpfs durchgeführt.
- ▲ **mpfs** = Medienanstalt Rheinland-Pfalz, Medienanstalt Baden-Württemberg und SWR
- ▲ **1.200 Jugendliche** im Alter zwischen **12 und 19 Jahren**: Studie **repräsentativ** für Jugendliche in Deutschland

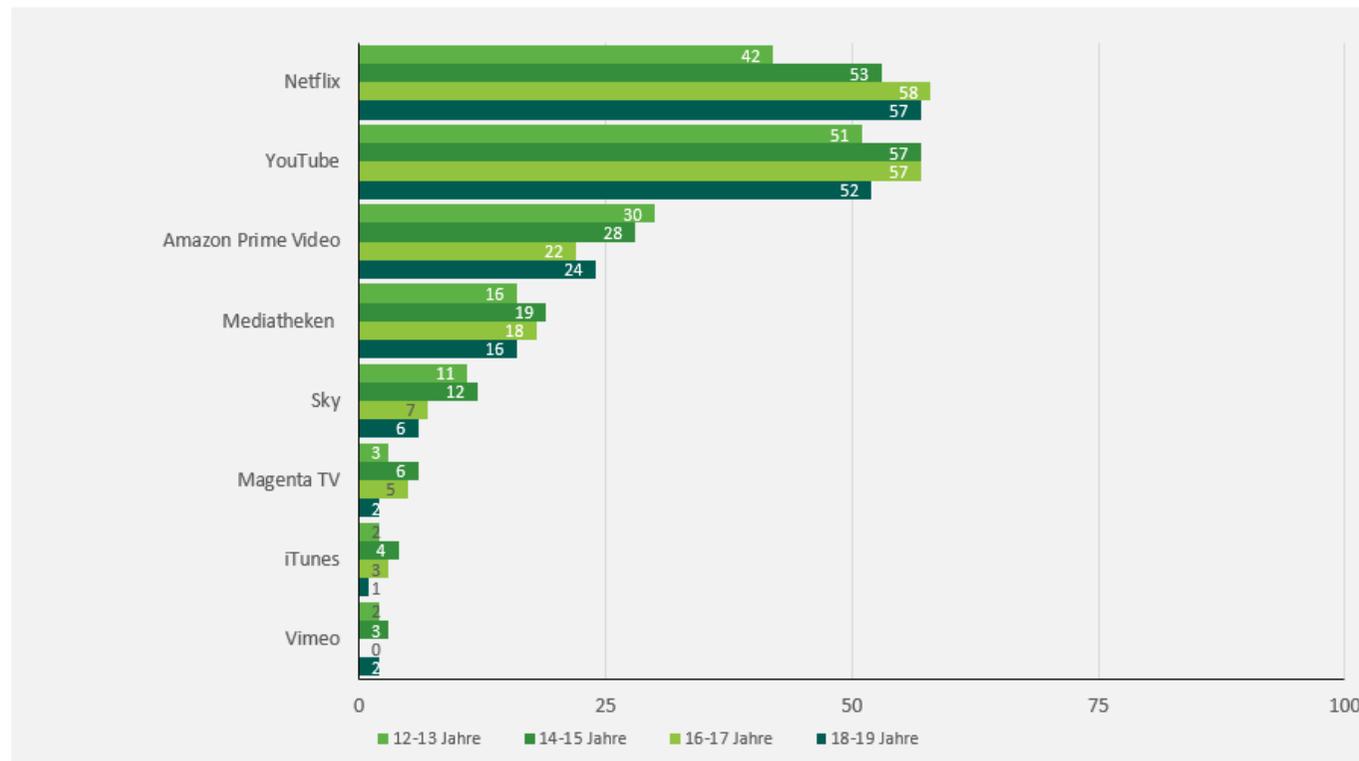


Download der JIM-Studie über QR-Code
oder
www.mpfs.de/studien/jim-studie/2021

JIM-Studie 2021 Nutzung Sendungen, Serien & Filme

Nutzung von Sendungen, Serien und Filmen im Internet 2021

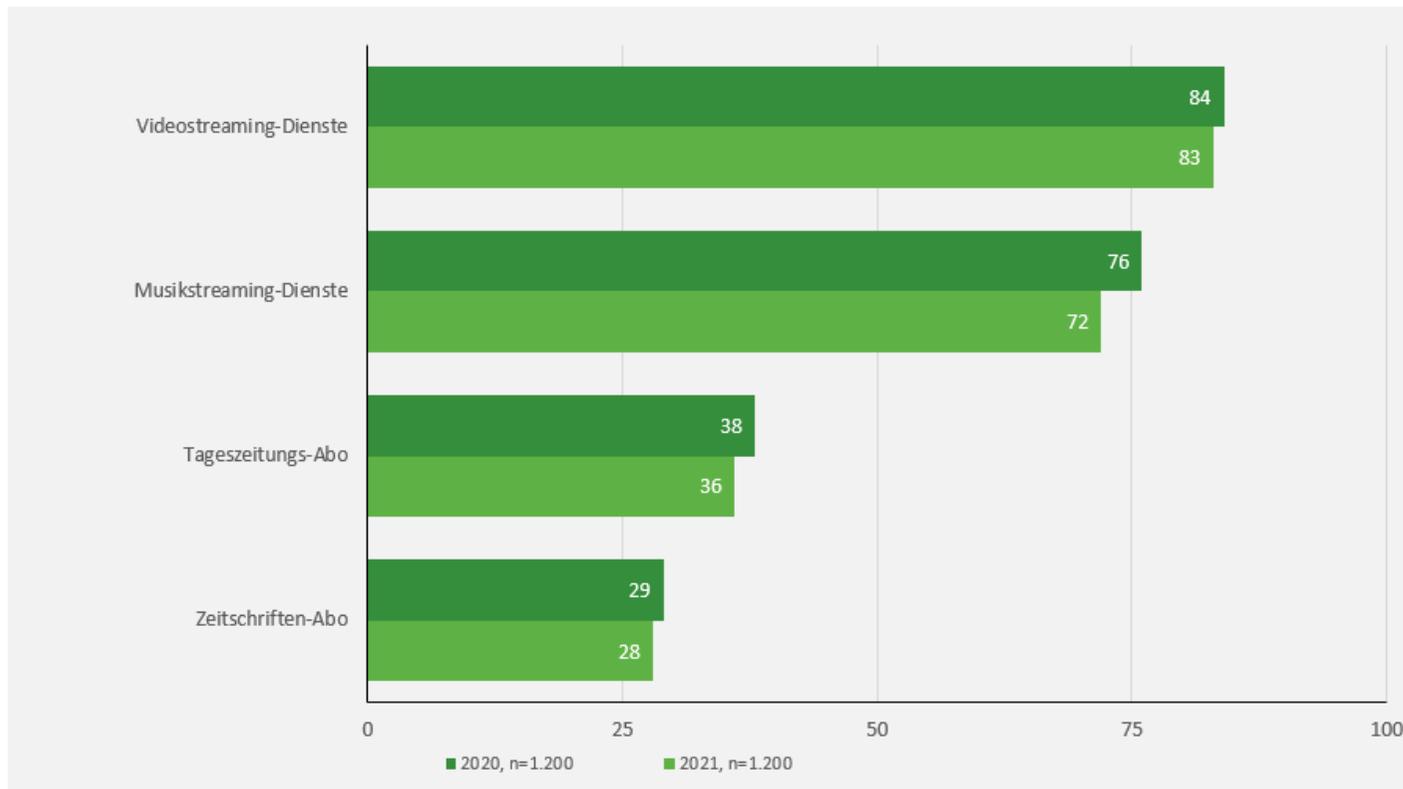
- täglich/mehrmals pro Woche -



Quelle: JIM 2021, Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten, n=1.200

JIM-Studie 2021 Medien-Abonnements

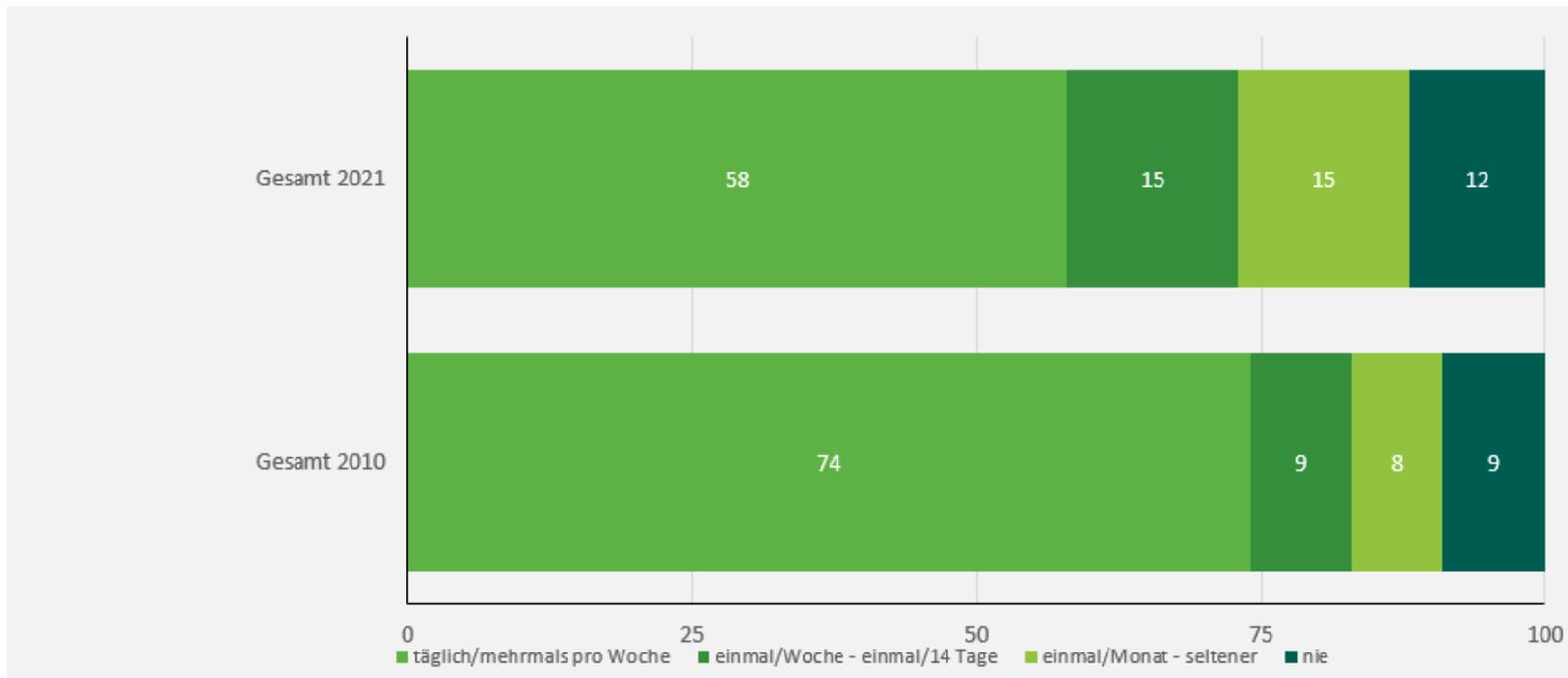
Medien-Abonnements 2021 – Vergleich 2020



Quelle: JIM 2020, JIM 2021, Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten

JIM-Studie 2021 Radio

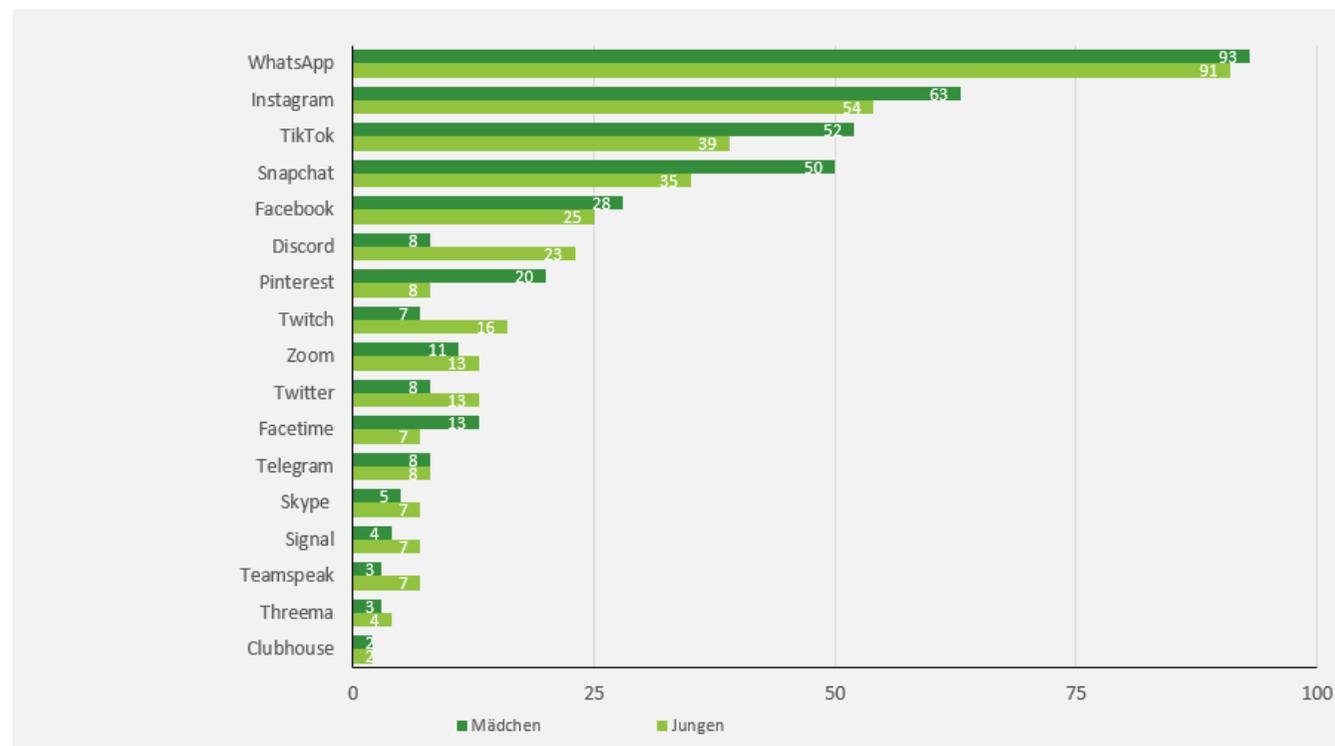
Radionutzung 2010 - 2021



Quelle: JIM 2021 und JIM 2010, Angaben in Prozent,

JIM-Studie 2021 genutzte Online-Angebote

Genutzte Online-Angebote 2021 - täglich/mehrmals pro Woche -

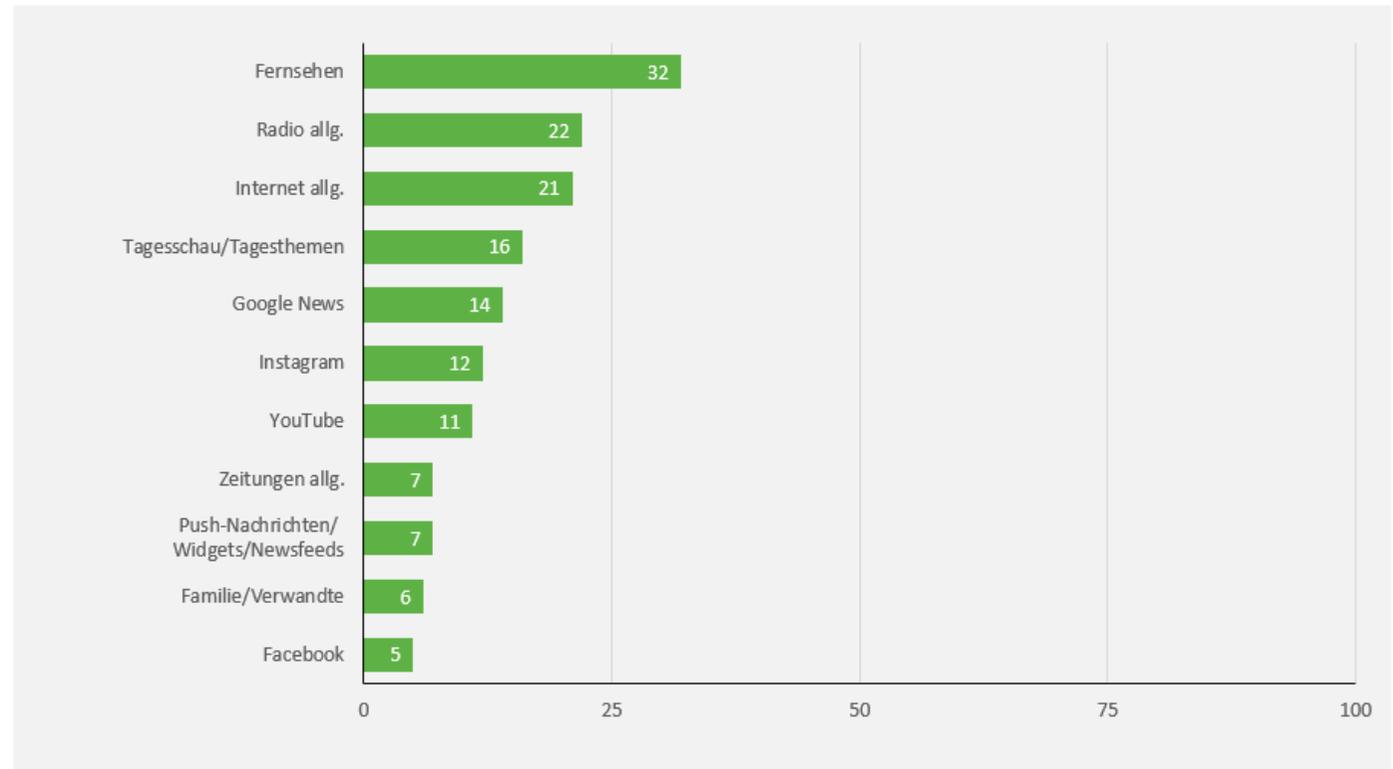


Quelle: JIM 2021, Angaben in Prozent, Basis: Internetnutzer*innen, n=1.187

JIM-Studie 2021 Wichtigste Nachrichtenquelle

Jugendliche befinden sich in einem Dilemma. Zu beobachten ist ein **Informationsparadoxon**: Obwohl Jugendliche den sozialen Medien keine allzu große Glaubwürdigkeit attestieren und sich möglicher Falschmeldungen bewusst sind, nutzen sie die sozialen Medien als wichtigste Informationsquelle für tagesaktuelle Themen.

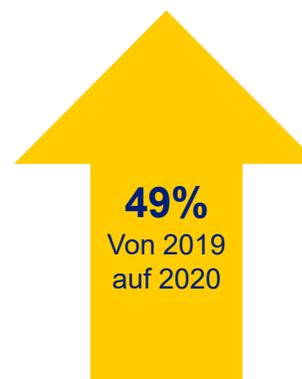
Wichtigste Nachrichtenquelle 2021
- offene Abfrage/bis zu drei Nennungen, Auswahl -



Quelle: JIM 2021, Angaben in Prozent, Basis: Internetnutzer*innen, n=1.187

Zeitbudget für digitale Spiele und Online-Zeiten

Jahr	durchschnittlich mit digitalen Spielen verbrachte Zeit (Werktag)
2019	81 Minuten
2020	121 Minuten
2021	110 Minuten



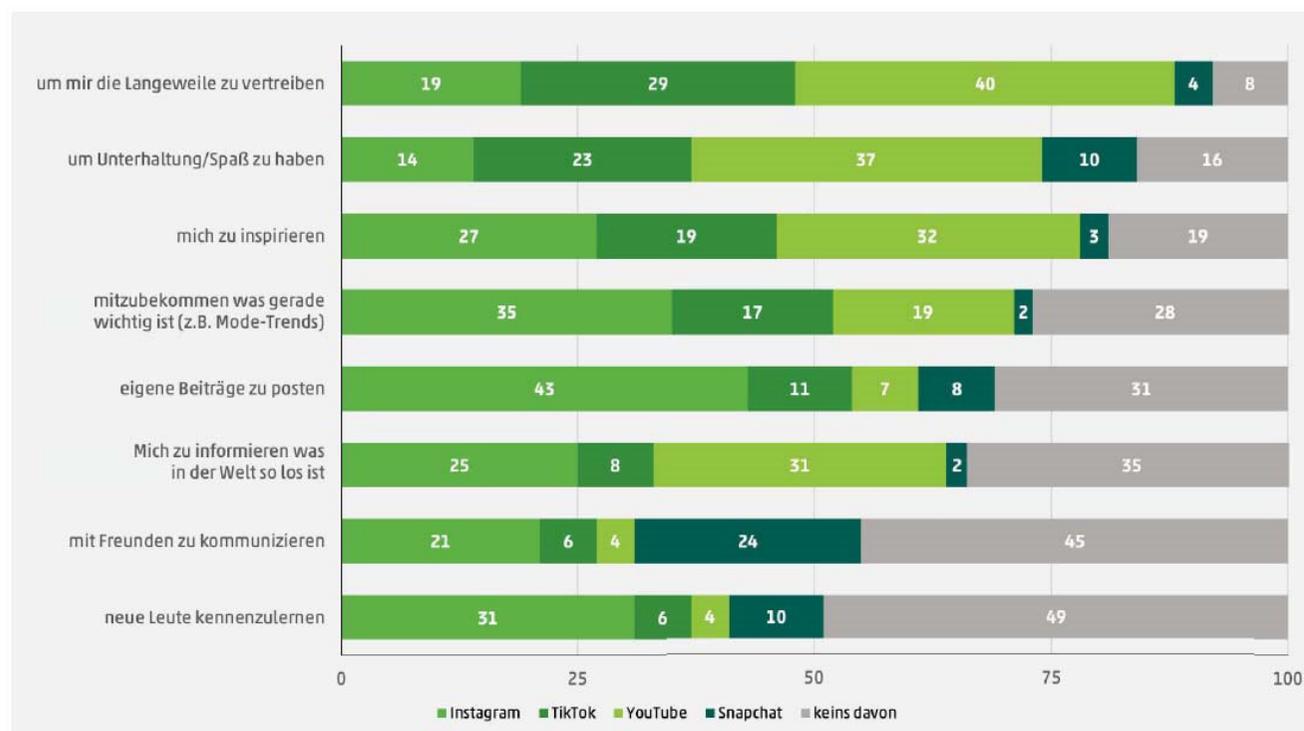
Jahr	durchschnittlich im Internet verbrachte Zeit
2019	205 Minuten
2020	258 Minuten
2021	241 Minuten



JIM-Studie 2021 Nutzungsmotive Social Media

Nutzungsmotive einzelner Social Media Angebote

- nutze ich am ehesten um ... -



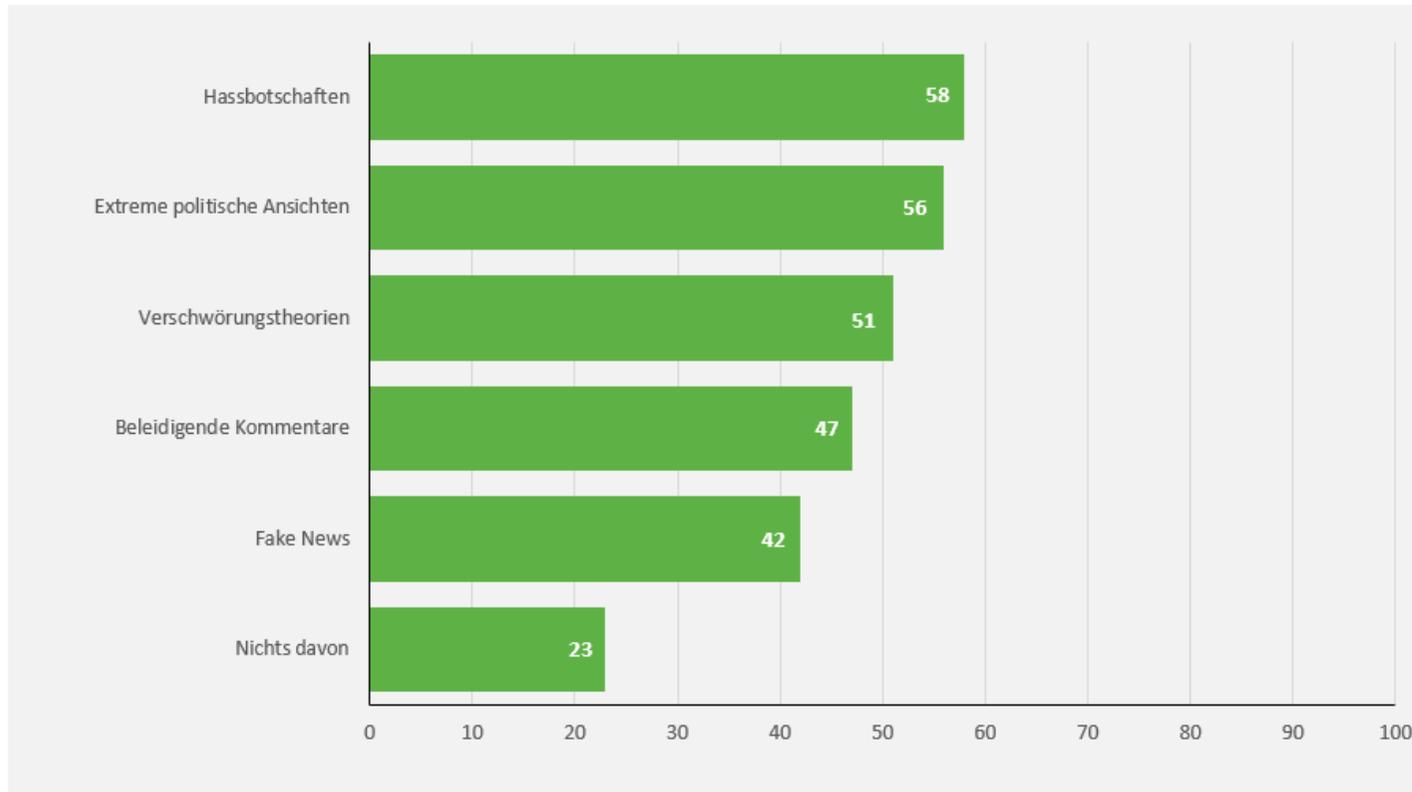
Quelle: JIM 2021, Angaben in Prozent, Basis:alle Befragten, n=1.200

Jugendliches Informationsverhalten

- ▲ Jugendliche informieren sich verstärkt online über aktuelle Ereignisse und Themen, z.B. in Blogs oder Sozialen Netzwerken
- ▲ Manipulationsversuche, **Fake-News und Verschwörungstheorien** stellen für Jugendliche daher ein besonderes Gefährdungspotenzial dar
- ▲ Jugendliche stoßen im Internet regelmäßig sowohl auf **Desinformation** als auch auf extreme Ansichten, Stichwort **Hate Speech**

JIM-Studie 2021 Erfahrungen im Internet

Mir sind im letzten Monat im Internet begegnet:



Quelle: JIM 2021, Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten, n=1.200

Negative Erfahrungen im Internet

Jahr	Extreme politische Ansichten
2020	45 Prozent
2021	56 Prozent



Jahr	Beleidigende Kommentare
2020	37 Prozent
2021	47 Prozent



Negative Erfahrungen im Internet

Jahr	Verschwörungstheorien
2020	43 Prozent
2021	51 Prozent



Jahr	Fake-News
2020	36 Prozent
2021	42 Prozent



Was wir tun

... schnell reagieren.



Wir ermöglichen mediale Teilhabe.

SID2022 // Kampagne #FitForDemocracy

Content der Kampagne

- Videos
- Neues Wissensquiz
- Mitmachaktion

Zielgruppe: Jugendliche

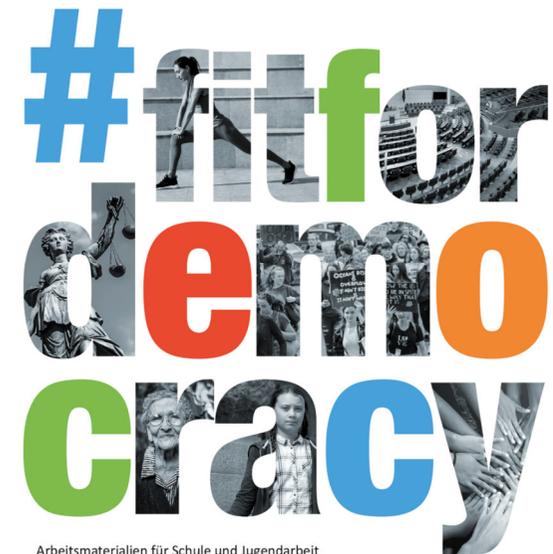
Flankierend:

- Lehrmaterial *#FitForDemocracy*
- FORSA-Umfrage



Entwurf zur Mitmachaktion
auf Instagram

klicksafe #FITFORDEMOCRACY
Demokratieförderung und
Medienkompetenz – Hand in Hand



In Zusammenarbeit mit:

medien  bildung.com

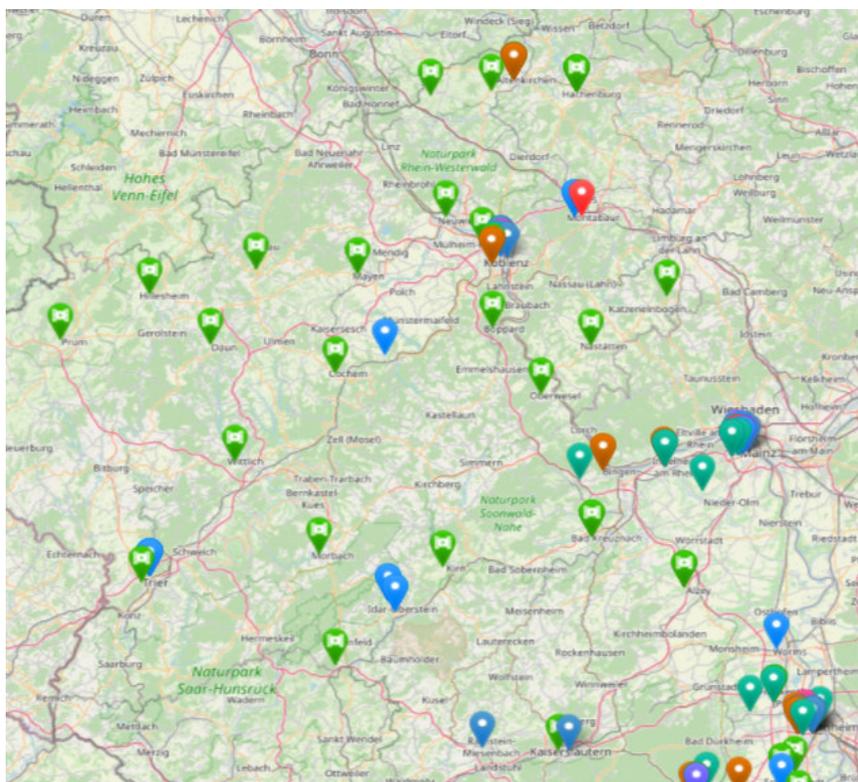
 Kofinanziert von der
Europäischen Union

Cover Lehrmaterial #FitForDemocracy

Partner der Medienförderung



Partner der Medienförderung



Vom 4.-7. Juli 2022

2020: 13 Partner

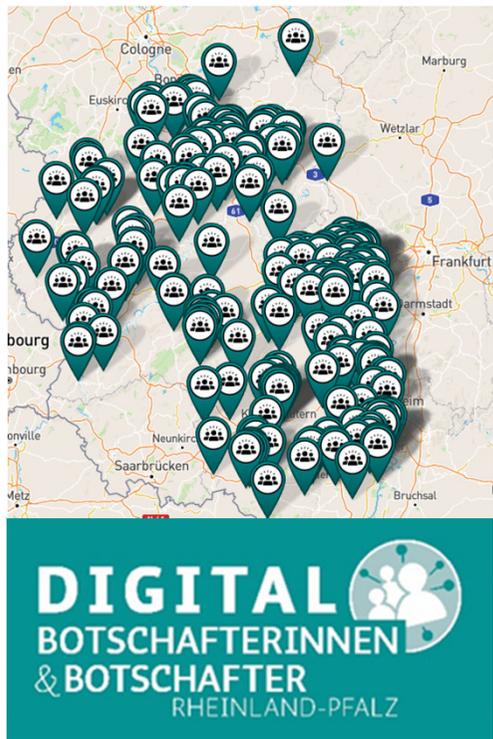
81 Aktionen

2021: 21 Partner

135 Aktionen



Digital-Botschafter*innen RLP: 2018 bis voraussichtlich 2023



Initiatoren: Medienanstalt RLP, Stiftung MedienKompetenz Forum Südwest

Förderer: Ministerium für Arbeit, Soziales, Transformation und Digitalisierung RLP

Ziel des Projekts „Digital-Botschafterinnen und -Botschafter Rheinland-Pfalz“ ist der Aufbau eines landesweiten Netzwerks von ehrenamtlichen Multiplikator*innen, die älteren Menschen digitale Teilhabe ermöglichen. Bis jetzt wurden in 21 Schulungen 336 Personen zu DigiBos ausgebildet. Sie erreichen insbesondere Menschen im Alter 65plus, die noch wenig bis gar keine Erfahrung mit der digitalen Welt sammeln konnten, Berührungsängste haben und denen die entsprechenden Anlaufstellen und Ansprechpartner*innen vor Ort fehlen. Das Projekt ist Teil der Digitalisierungsstrategie des Landes Rheinland-Pfalz.



medienanstalt-rlp.de

Vielen Dank!