

Grafikanalyse A: „Informationsquellen für aktuelle Ereignisse in der Welt“

In dem vorliegenden **Balkendiagramm**, das vom Medienpädagogischen Forschungsverbund im Jahr **2017** publiziert wurde, ist zu sehen, welche Informationsquellen Jugendliche in Deutschland nutzen, um sich über aktuelle Ereignisse zu informieren. Die Daten wurden **im Jahr 2017** erhoben. Insgesamt wurden **1058** Jugendliche befragt. Die Daten sind in **Prozent** dargestellt. Auf der **horizontalen** Achse sind die Angaben in Prozent zu sehen. Auf der **vertikalen** Achse sind die verschiedenen Informationsquellen angegeben. Es gibt für jede Informationsquelle **vier** Balken mit unterschiedlichen Farben, die sich auf unterschiedliche Altersgruppen beziehen (helles Grün: 12-13 Jahre, sehr dunkles Grün: 14-15 Jahre, sehr helles Grün: 16-17 Jahre, dunkles Grün: 18-19 Jahre).

Praktisch über die Hälfte aller Jugendlichen informiert sich durch Nachrichten bzw. Beiträge im Fernsehen. Etwas geringer ist der Anteil der Jugendlichen, die sich durch Nachrichten und Beiträge im Radio informieren. Eine Ausnahme stellt hierbei die Altersgruppe der 18- bis 19-Jährigen da. Während **53 Prozent** dieser Altersgruppe angaben, sich aus Beiträgen im Fernsehen zu informieren, gaben 60 Prozent an, das Radio zu nutzen. Die überwiegende Zahl der Jugendlichen erhalten ihre Informationen auch aus Gesprächen mit Freunden und der Familie. Auch hier fällt die Altersgruppe der 18- bis 19-Jährigen heraus, von denen nur 42 sich auf diese Weise informieren. Gedruckte Tageszeitungen nutzen Jugendliche kaum, lediglich 16-22 Prozent (je nach Altersgruppe) gaben **Zeitungen** als Informationsquelle an. Andere Nachrichtenquellen im Internet (außer Facebook) werden ebenfalls als Informationsquelle genutzt. Je **älter** die Jugendlichen sind, desto **häufiger** nutzen sie diese Angebote. Während nur 26 Prozent der 12- bis 13-Jährigen das Internet als Informationsquelle nutzen, **steigt** dieser Anteil bei den 14- bis 15-Jährigen auf 40 Prozent, bei den 16- bis 17-Jährigen sogar auf 49 Prozent. Bei der Altersgruppe der 18- bis 19-Jährigen sinkt der Anteil allerdings wieder auf 45 Prozent. **Der Anteil** der Jugendlichen, die sich durch Nachrichten auf Facebook informieren, steigt mit **zunehmendem** Alter. Während sich nur 3 Prozent der 12- bis 13-Jährigen auf diese Weise informieren, sind es bei den 14- bis 15-Jährigen 10 Prozent, bei den 16- bis 17-Jährigen 22 Prozent und bei den 18- bis 19-Jährigen 34 Prozent.

Wenn man die Ergebnisse miteinander vergleicht, fällt auf, dass die meisten Jugendlichen sich durch Nachrichten im Fernsehen und im Radio informieren. Gedruckte Tageszeitungen hingegen spielen dagegen nur eine untergeordnete Rolle. Ein Grund hierfür könnte sein, dass es für Jugendliche angenehmer ist, Nachrichtensendungen zu hören oder zu sehen und nicht lesen zu müssen. Aus der Grafik geht aber auch hervor, dass mit zunehmendem Alter auch die Relevanz des Internets und sozialer Netzwerke wie Facebook steigt. Ein Grund hierfür könnte sein, dass die Jugendlichen mit zunehmendem Alter kompetenter im Umgang mit dem Internet werden und daher verstärkt auf dieses Medium zurückgreifen, um sich über aktuelle Ereignisse in der Welt zu informieren.

Grafikanalyse B: „YouTube: Nutzung 2017“

Das im Jahr 2017 vom Medienpädagogischen Forschungsverbund veröffentlichte Balkendiagramm gibt Auskunft darüber, **wofür Jugendliche in Deutschland den Internetdienst YouTube nutzen**. Die Daten wurden im Jahr 2017 erhoben und sind in Prozent dargestellt. Es wurden insgesamt 1191 Jugendliche befragt. Auf der horizontalen Achse sind die Angaben in Prozent zu sehen. Auf der vertikalen Achse sind die verschiedenen Inhalte auf YouTube angegeben, mit denen die Jugendlichen sich beschäftigen. Es gibt für jeden Inhalt zwei Balken. **Die dunkelgrünen Balken stehen für die Mädchen und die hellgrünen Balken für die Jungen.**

Über die Hälfte der Mädchen und Jungen nutzt YouTube, um sich Musikvideos anzusehen (Mädchen: 56 Prozent, Jungen 50 Prozent). **Bei vielen Inhalten sind aber geschlechtsspezifische Vorlieben festzustellen.** So schauen Jungen mit 51 Prozent viel öfter Let's Play-Videos als Mädchen mit nur 18 Prozent. Auch lustige Clips sehen Jungen mit 45 Prozent häufiger als Mädchen mit 34 Prozent. **Bei Comedy-Videos ist der Unterschied mit 43 Prozent bei Jungen und 37 Prozent bei Mädchen etwas geringer.** Deutlicher fällt der Unterschied bei Sportvideos (Jungen 32 Prozent gegen Mädchen 12 Prozent) und bei Action Cam Videos (Jungen 17 Prozent gegen Mädchen 5 Prozent) aus. Videos zum Thema Mode und Beauty sehen Mädchen hingegen viel öfter (mit 27 Prozent gegen 3 Prozent bei Jungen). Videos über aktuelle Nachrichten sehen 24 Prozent der Mädchen und 33 Prozent der Jungen.

Nach einer genauen Analyse der Grafik fällt auf, dass sich die Gewohnheiten von Mädchen und Jungen bei manchen Themen decken, bei anderen Themen aber sehr unterscheiden. Musikvideos sind bei Mädchen und Jungen gleichermaßen beliebt, genauso wie lustige Clips und Comedy-Videos. Let's Play-Videos sowie Sportvideos und Action Cam Videos hingegen erfreuen sich vor allem bei Jungen einer großen Beliebtheit. **Ein Grund hierfür könnte sein, dass Jungen sich eher für Computerspiele, Sport und Action interessieren als Mädchen.** Mädchen hingegen zeigen ein viel größeres Interesse am Thema Mode und Beauty als Jungen. **Dadurch lässt sich der große Unterschied hier erklären.** Rund ein Drittel der Jungen und ein Viertel der Mädchen nutzen YouTube, um sich über aktuelle Nachrichten zu informieren.

Grafikanalyse B: „YouTube: Nutzung 2017“

Lösungen: 1D, 2F, 3B, 4C, 5A

Leseverstehen

Aufgabe 1 (Textpuzzle):

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
A	F	L	J	E	B	G	I	C	K	H	D	M

Aufgabe 2:

		richtig	falsch	Der Text sagt dazu nichts
		A	B	C
1	Im Sommer 2015 interviewte der renommierte Politikjournalist LeFloid die Bundeskanzlerin.		X	
2	LeFloid kann von seiner Arbeit als YouTuber gut leben.			X
3	YouTube gehört in Deutschland unter Jugendlichen zu den beliebtesten Internet-Angeboten.	X		
4	Mirko Drotschmann möchte, dass mehr junge Menschen wählen gehen.			X
5	Er achtet darauf, dass seine Videos für alle Zuschauer leicht zu verstehen sind.	X		
6	Eva Schulz ist der Meinung, dass YouTube Jugendlichen zahlreiche Angebote zu politischer Bildung bietet.		X	
7	Tilo Jung stellt seinen Interviews absichtlich naive Fragen.	X		

Aufgabe 3:

Name:	Florian Mundt (LeFloid)	Mirko Drotschmann	Eva Schulz	Tilo Jung
Ausbildung:	Pädagoge, Psychologe	Journalist, Historiker, Autor	Kommunikations- wissenschaftlerin	Journalist
Kanal:	LeNews	MrWissen2Go	Deutschland3000	Jung&Naiv – Politik für Desinteressierte
Charakteris- tika / Stil:	10minütige Clips, One-Man- Show, lebhafte Körpersprache, umgangs- sprachliche Ausdrucksweise	breiteres Themenspektrum, sachlich, faktengestützt, allgemein- verständlich	Reporterin im Außeneinsatz, temporeich, angriffslustig	Ungeschnittene Interviews (bis zu 2 Stunden), dumm-dreister Fragestil

