WIE SICH JUGENDLICHE ÜBER POLITIK INFORMIEREN – ANGEBOTE, NUTZUNG, BEWERTUNG

Prof. Dr. Claudia Wegener, Filmuniversität Babelsberg

37. Forum Kommunikationskultur 2020 - Online

20.11.2020

Gekürzte PDF-Fassung

GLIEDERUNG

- Wie informieren die Medien junge Zielgruppen?
- Wo informieren sich Jugendliche über Politik?
- Wonach bewerten Jugendliche politische Information?
- Schlussfolgerungen f
 ür die Medienp
 ädagogik

POLITISCH INFORMIERENDE ANGEBOTE FÜR JUNGE ZIELGRUPPEN

• Crossmedia – Online-Erweiterungen etablierter News-Formate

- Für junge Zielgruppen konzipierte Online-"Ableger" (Zeitschriftenmarkt)
- ,Junger Journalismus von unten' ,,Participatory Journalism" (Bowman/Willis 2003, 10)

"'Die Tagesschau hat ja das große Problem, dass wir im linearen Fernsehen ein Durchschnittsalter von 63-64 Jahren haben. Und bei TikTok erreichen wir eine Zielgruppe, die 20 und sogar darunter ist.'

So lasse sich die 'Tagesschau' an 'eine viel, viel jüngere Zielgruppe bringen"'

(Marcus Bornheim, zit. nach BR24, 14.12.2019 https://www.br.de/nachrichten/netzwelt/tagesschau-haelt-an-tiktokfest,RkccQti,Abruf 09.09.2020).

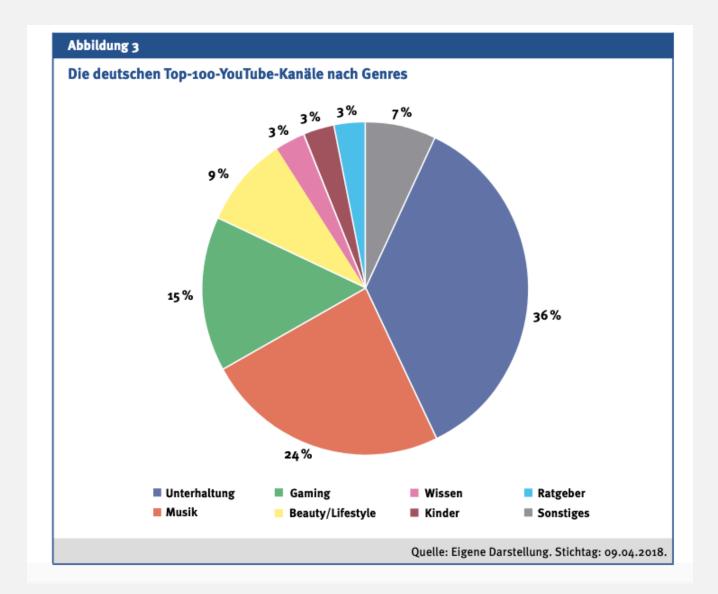
Tagesschau bei TikTok

Tagesschau bei TikTok

- Lebensweltlich angebunden
- Verständlich
- Flüchtig "ephemeral journalism" (Vázquez-Herrero et al. 2019)
- "Publikumsinklusion" (Loosen et al. 2013)

"DIE SOCIAL MEDIA-REDAKTEURE EINERSEITS UND STÄRKER AKTIVE NUTZER ANDERERSEITS ARTIKULIEREN DIE VORSTELLUNG, DASS DER JOURNALISMUS DER TAGESSCHAU ZUSÄTZLICH ZUR ZENTRALEN AUFGABE DER INFORMATIONS-VERMITTLUNG ZUNEHMEND AUCH PARTIZIPATIONSBEZOGENE FACETTEN BESITZEN SOLLTE"

(LOOSEN ET AL. 2013, S. 101)



Politische Akteurinnen in den Social Media; Beispiel: Louisa Dellert

"VIELES IN DER POLITIK
HABE ICH DAMALS
SELBST NICHT
VERSTANDEN, WESHALB
ICH MIR ES ZUR AUFGABE
GEMACHT HABE, MICH ZU
INFORMIEREN""

LUISA DELLERT ZIT. NACH SCHMIDT, 7.3.2020; WWW.SPIEGEL.DE/POLITIK/WIE-JUNGE-FRAUEN-POLITIK-ZU-INSTAGRAM-BRINGEN-A-058B04E2-8B58-4A7I-9020-C0680C2AE982 (ABRUF 9.9.2020)

Beispiel: Sham Jaff

"CONNECTED CITIZENS"
(VOLKMER 2016, S. 71)

SIND JUGENDLICHE POLITISCH INTERESSIERT? WO INFORMIEREN SIE SICH?



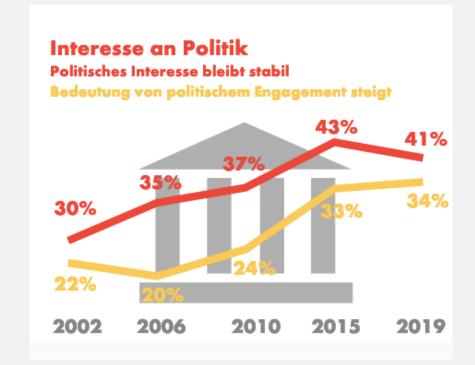
18. SHELL JUGENDSTUDIE JUGEND UND POLITIK



71% "Politiker kümmern sich nicht darum, was Leute wie ich denken"

27% "Stimme nicht zu"

2% k.A.



(Albert/ Hurrelmann/ Quenzel, 2019, https://www.shell.de/ueber-uns/shell-jugendstudie/alle-schaubilder-und-grafiken/_jcr_content/par/expandablelist/expandablesection_299479316.stream/1570991141097/891d0297de7144ace2cbdadcb37772703a853c7c/shell-youth-study-infographic-youth-and-politics.pdf)

www.jugendfernsehen.de

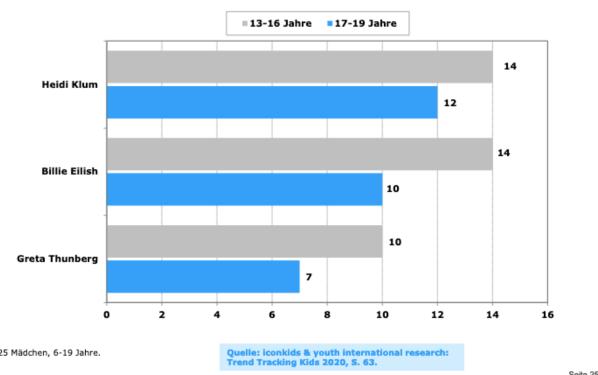
Grunddaten Jugend und Medien 2020

Medien-Idole der Mädchen 2020

"Wen findest du zurzeit richtig gut?" Ungestützt, Mehrfachnennungen möglich, Auswahl (Angaben in %)

"MOMENTAN HAT ES SOGAR ANSCHEIN, DASS MÄDCHEN SIC **VORREITERINNEN IM POLITISC** ENGAGEMENT PRÄSENTIEREN. GILT VOR ALLEM FÜR DIE »FRI FOR FUTURE«-INITIATIVE, DIE M STARK VON JUNGEN FRAUE REPRÄSENTIERT WIRD."

> (ALBERT/ HURRELMANN/ QUENZEL 2019, S. 14)

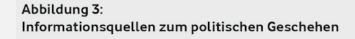


Basis: n=725 Mädchen, 6-19 Jahre.

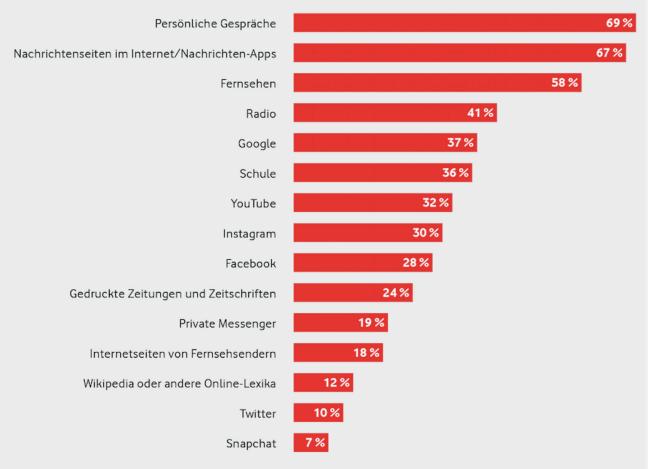
(iconkids & youth zit. n. IZI 2020, 25)

"INTERNET UND SOCIAL MEDIA HABEN DEN KLASSISCHEN MEDIEN IM BEREICH DER GEZIELTEN POLITISCHEN INFORMATIONSSUCHE MITTLERWEILE DEN RANG ABGELAUFEN"

(ALBERT/HURRELMANN/QUENZEL 2019, S. 53)

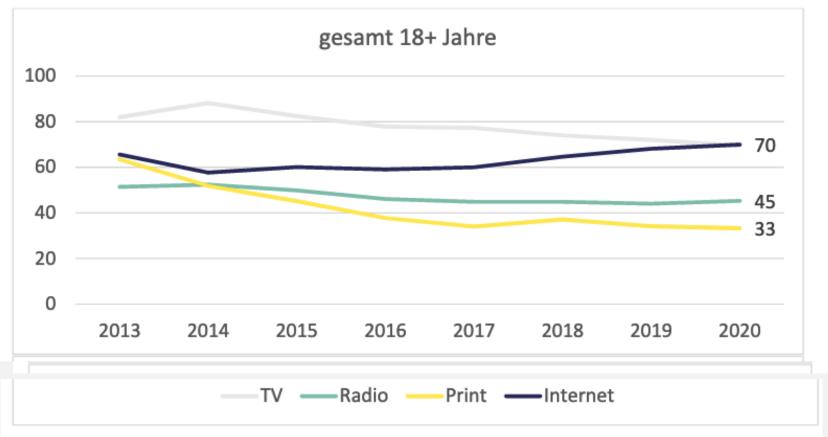


"Woher bekommst du Informationen über das politische Geschehen in Deutschland und der Welt?" (Mehrfachnennungen)



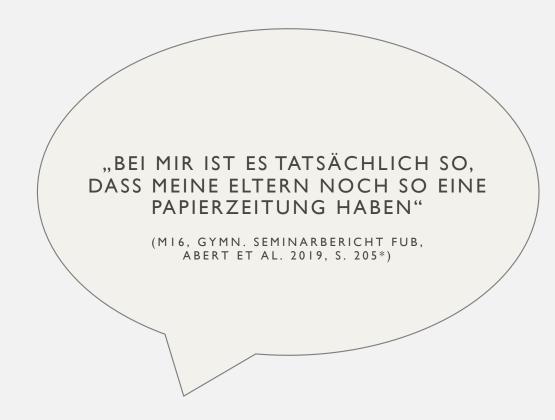
(Vodafone Stiftung Deutschland gGmbH 2019, S. 11)

WÖCHENTLICH GENUTZTE NACHRICHTENQUELLEN SEIT 2013 IN PROZENT (18+/ 18-24 JAHRE)



Reuters Institute Digital News Report 2020 / Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut

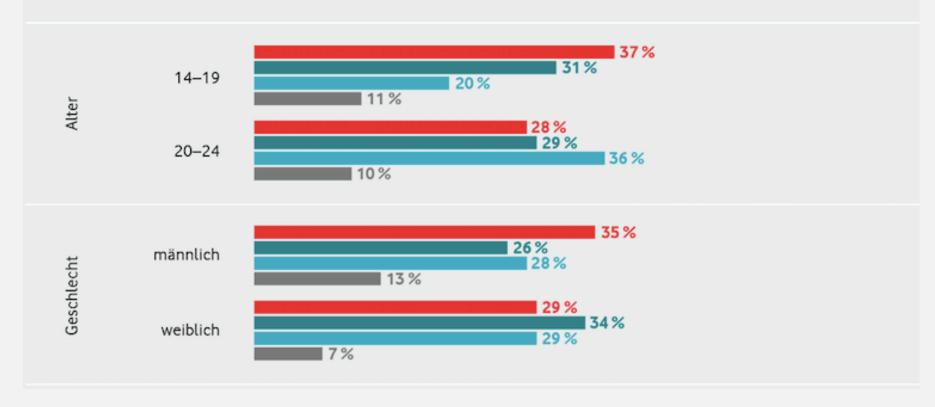
Frage Q3: Welche der folgenden Nachrichtenquellen haben Sie letzte Woche genutzt, falls überhaupt eine? Bitte wählen Sie alle zutreffenden Antworten aus. (Basis n=2011)



*Befragung von 46 Jugendlichen im Alter zwischen 12 und 27 Jahren in Gruppendiskussionen zur Rezeption von Politik auf YouTube, Forschungsseminar an der Filmuniversität Babelsberg unter der Leitung von Prof. Dr. Claudia Wegener, Erhebung von Januar-Mai 2019

Abbildung 6: Nutzung einzelner sozialer Medien als Informationsquelle über Politik

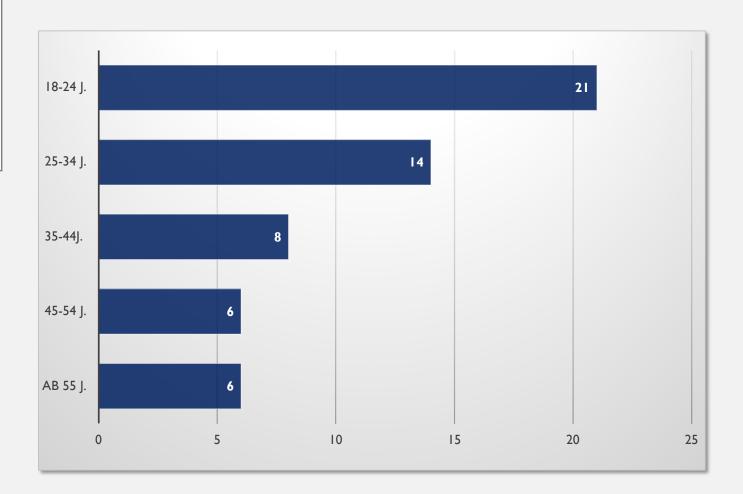
"Woher bekommst du Informationen über das politische Geschehen in Deutschland und der Welt?"





GENUTZTE PODCASTS ZU NACHRICHTEN, POLITIK, INTERNATIONALEN EREIGNISSEN 2020

(NACH ALTER IN PROZENT)



SOCIAL MEDIA IN DER KRISE

INSTAGRAM VERGLEICHSWEISE BEDEUTEND

PROPORTION OF 18-24s THAT USED EACH AS A SOURCE OF CORONAVIRUS NEWS IN THE LAST WEEK (APRIL 2020) – SELECTED COUNTRIES







	Instagram	Snapchat	TikTok
UK UK	24%	19%	6%
USA	26%	14%	11%
Germany	38%	10%	8%
Spain	26%	1%	1%
South Korea	10%	1%	5%
Argentina	49%	7%	9%

Q8. (Apr. 2020). Which, if any, of the following have you used in the last week as a source of news or information about coronavirus (COVID-19)? Base: 18-24s: UK = 202, USA = 153, Germany = 183, Spain = 80, South Korea = 83, Argentina = 151.

WIE BEWERTEN JUGENDLICHE POLITISCHE INFORMATION AUF YOUTUBE?

POLITIK AUF YOUTUBE – BEWERTUNG

(ABERT ET AL. 2019)

- Faktenwissen
- Quellenangaben
- Expertenbezug
- Ausgewogenheit

(s. auch Neuberger 2012, Wagner/Gebel 2014, Hugger et al. 2019)

POLITIK AUF YOUTUBE - AUFBEREITUNG

Verständlichkeit

"... wenn ich jetzt kein intellektuelles Kind bin und **diese Fachwörter** nicht verstehe und nicht weiß, was das bedeutet, dann gucke ich das ja nicht, weil ich davon nichts verstehe" w14, Realschule (Seminarbericht FUB/ Abert et al. 2019, S. 186)

"Bei YouTube ist das nicht so wie in der Zeitung, wo man alles lesen muss, aber da wird halt einem berichtet, in unserer, der **Jugendart halt berichtet, dass wir es verstehen**" m13, Realschule (Seminarbericht FUB/ Abert et al. 2019, S. 166)

Humor

"Sonst könnte man auch Fernsehen gucken oder so, es kommt halt darauf an, dass die Person auch halt das Ganze […] **interessant und lustig** rüberbringt" w14, Gymnasium (Seminarbericht FUB/ Abert et al. 2019, S. 308)

"... ist einfach Information und gleichzeitig total Ablachen. (...) Finde ich einfach eine gute Kombi so. Da wird man auch besser zum Hinterfragen angeregt" m18, OSZ, (Seminarbericht FUB/ Abert et al. 2019, S. 256)

VERTRAUEN DURCH MEINUNG

"In gewisser Hinsicht sind YouTuber heutzutage ja auch die Vorbilder, und was früher die Fernsehpersönlichkeiten waren, sind jetzt halt die YouTuber, und deshalb **ist es der Jugend von heute sehr wichtig, was die YouTuber denken** und folgen da auch meistens deren Gedanken, vor allem, wenn sie noch jünger sind"

w14, Gymnasium (Seminarbericht FUB/ Abert et al. 2019, S. 318)

"Wir sind ja auch **angewiesen auf die Meinung** von YouTubern, weil wir bei vielen Dingen ja nicht so nah dran sind" w13, Realschule (Seminarbericht FUB/ Abert et al. 2019, S. 183).

"Ich vertraue ehrlich gesagt YouTubern wie ABK viel mehr als irgendwelchen anderen Nachrichten, weil er sagt auch halt, wieso das seine Meinung ist und dann kommt mir das auch glaubwürdiger vor" w14, Realschule (Seminarbericht FUB/ Abert et al. 2019, S. 183)

"Also, ich gucke sehr viel ABK und so, und bei die "Welt", die sagen ja nicht warum und so" m14, Realschule (Seminarbericht FUB/ Abert et al. 2019, S. 183)

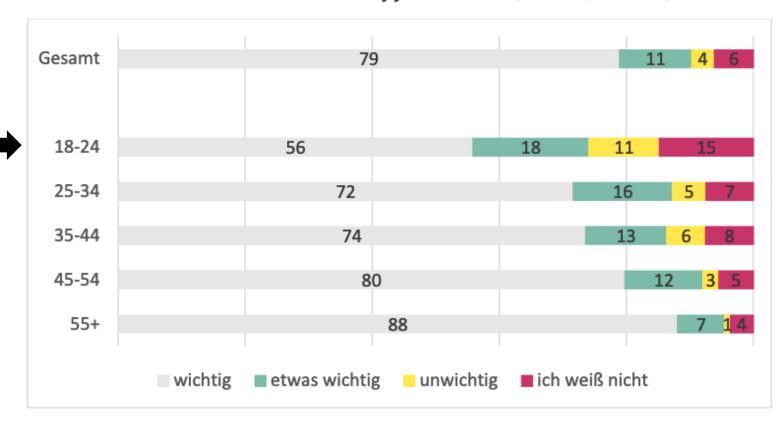
VERTRAUEN DURCH MEINUNG – YOUTUBER ALS "DIGITAL OPINION LEADER"?

"Connectivity, interactivity, self-communication, and other attributes of digital platforms are redefining and broadening the concept of opinion leaders in a technologically mediated field." (Casero-Ripollés 2020, S. 171)

"Was ich aber erschreckend fand, ist, obwohl das wirklich gar nicht meine politische Meinung war, dass es mein Denkmuster für eine Zeitlang, nachdem ich das Video geschaut habe, ein bisschen verändert hat. Was man positiv sehen kann, was ich aber auch total kritisieren würde, weil man noch nicht so sicher in seiner politischen Meinung ist, dass man dadurch sehr, sehr stark geprägt werden kann."

m16, Gymnasium (Seminarbericht FUB/ Abert et al. 2019, S. 206)

Abb. 5: Gesellschaftliche Relevanz eines unabhängigen Journalismus (nach Alter, in Prozent)



Reuters Institute Digital News Report 2020 / Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut

Frage J0_2020: Wie wichtig ist unabhängiger Journalismus Ihrer Meinung nach für das einwandfreie Funktionieren der Gesellschaft? (Antwortmöglichkeiten: Äußerst wichtig; Sehr wichtig (wichtig); Etwas wichtig; Eher unwichtig; Unwichtig (unwichtig); Ich weiß nicht; Basis n=2011)

(Hölig/Hasebrink 2020, S. 16)

SCHLUSSFOLGERUNGEN

KONSEQUENZEN FÜR DIE MEDIENPÄDAGOGIK

•	Formen der A	Aussagenentstehung	kennen und mit	Nutzer*innen	reflektieren
---	--------------	--------------------	----------------	--------------	--------------

- Auseinandersetzung mit den Akteur*innen, die politische Informationen vermitteln
- Diskurs um Subjektivität und Personalisierung im Politischen (neu) führen
- Urteilsfähigkeit stärken und Ambiguitätstoleranz fördern Es geht um die Herausforderung, "die Balance zwischen persönlicher und sozialer Identität in solchen Belastungssituationen (aufrechtzuerhalten), die jenes prekäre Gleichgewicht bedrohen" (Habermas, 1968/1973 S. 132)

Meinung bilden, nicht übernehmen

QUELLEN

- Abert, V./ Bienert, L./ Hartmann, C./ Kreft, N./ Miller, M. & Plumeier, L. (2019). Politik auf YouTube. Nutzung und Bewertung Jugendlicher und junger Erwachsener. Forschungsbericht an der Filmuniversität Babelsberg (FUB), unveröffentlicht. Potsdam.
- Albert, M./ Hurrelmann, K. & Quenzel, G.. (2019). Jugend 2019. 18. Shell Jugendstudie. Weinheim: Beltz.
- Bowman, S. & Willis, C. (2003). We Media. How audiences are shaping the future of news and information. Arlington, VA: The Media Center at The American Press Institute, https://www.hypergene.net/wemedia/download/we_media.pdf (Abruf 21.10.2020).
- Casero-Ripollés, A. (2020). Political influencers in the digital public sphere. Communication & Society, 33 (2), 171-173.
- die medienanstalten ALM GbR (2020). Digitalisierungsbericht 2020. Video. Abrufbar: https://www.die-medienanstalten.de/publikationen/digitalisierungsbericht-video/digitalisierungsbericht-2020 (Abruf: 16.11.20)
- Drüeke, R. (2018). Medien, Öffentlichkeit und Demokratie. Zur Watchdog-Funktion von Medien. Forschungsjournal Soziale Bewegungen, 30. Jg., H.3, 19-28.
- Feierabend/ S., Rathgeb, T. & Reutter, T. (2018). JIM-Studie 2018. Jugend, Information, Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger. Stuttgart: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest. Abrufbar: https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/IIM/2018/Studie/IIM2018 Gesamt.pdf (Abruf: 16.11.20)
- Friedrich-Naumann-Stiftung für die Freiheit (2020). Repräsentative Umfrage des Meinungs- und Marktforschungsinstitut Kantar zur weltweiten Mediennutzung und Falschmeldungen während der Corona-Epidemie. Abrufbar: https://www.freiheit.org/sites/default/files/2020-07/umfrage_desinformation_naumann-stiftung.pdf (Abruf: 16.11.20)
- Frühbrodt, L. & Floren, A. (2019). Unboxing YouTube. Im Netzwerk der Profis und Profiteure. Frankfurt am Main: Otto Brenner Stiftung.
- Gil de Zúñiga, H. & Diehl, T. (2019). News finds me perception and democracy: Effects on political knowledge, political interest, and voting. New Media & Society, 21(6), 1253–1271.
- Habermas, J. (1968). Stichworte zu einer Theorie der Sozialisation. In: Habermas, J. (1973): Kultur und Kritik. Frankfurt am Main: Suhrkamp
- Hölig, S. & Hasebrink, U. (2020): Reuters Institute Digital News Report 2020 Ergebnisse für Deutschland. Unter Mitarbeit von Julia Behre. Hamburg: Verlag Hans-Bredow-Institut. Abrufbar: https://www.hans-bredow-institut.de/uploads/media/default/cms/media/66q2yde AP50 RIDNR20 Deutschland.pdf (Abruf (16.11.20)
- Hugger, K.-U. et al. (2019). Zwischen Authentizität und Inszenierung. In: von Gross, F./ Röllecke, R. (Hrsg.) Instagram und YouTube der (Pre-)Teens. Dieter Baacke Preis Handbuch 14. München: Kopaed., 29-36.
- iconkids & youth international research: Trend Tracking Kids 2020, zit nach Internationales Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI). Grunddaten Jugend und Medien 2020. Aktuelle Ergebnisse zur Mediennutzung von Jugendlichen in Deutschland. Abrufbar: https://www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/Grundddaten Jugend Medien.pdf (Abruf: 16.11.20)
- Loosen, W./ Schmidt, J.-H./ Heise, N./ Reimer, J. & Scheler, M. (2013). Publikumsinklusion bei der Tagesschau. Fallstudienbericht aus dem DFG-Projekt "Die (Wieder-)Entdeckung des Publikums". Hamburg: Verlag Hans-Bredow-Institut.
- Molyneux, L. (2017). Mobile news consumption. A habit of snacking. In: Digital Journalism 6, 5/2018, 634-650.
- Neuberger, C. (2012). Journalismus im Internet aus Nutzersicht. Ergebnisse einer Onlinebefragung. Media Perspektiven, 1, 40-55.
- Newman, N./ Fletcher, R./ Schulz, A./ Andı, S. & Kleis Nielsen, R. (2020). Reuters Institute Digital News Report 2020. Abrufbar: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR 2020 FINAL.pdf (Abruf: 16.11.20)
- Prommer, E./ Wegener, C. & Linke, C. (2019). Selbstermächtigung oder Normierung? Weibliche Selbstinszenierung auf YouTube. TelevIZIon, (32) 1, 11-15.
- Rösch, E./ Seitz, D. (2013). YouTube als Teil der Jugendkultur eine kleine Genrekunde. In: Gräßer, L./ Riffi, A. (Hrsg.): Einfach fernsehen? Zur Zukunft des Bewegtbildes. Schriftenreihe zur Digitalen Gesellschaft NRW, Band 2, München: Grimme Institut, 45-51.

OUELLEN

Senett, R. (2004). Verfall und Ende des öffentlichen Lebens. Die Tyrannei der Intimität (14. Edition). Berlin: FISCHER Taschenbuch.

Stecher, S./Bamberger, A./ Gebel, C./ Cousseran, L. & Brüggen, N. (2020). "Du bist voll unbekannt!" Selbstdarstellung, Erfolgsdruck und Interaktionsrisiken auf TikTok aus Sicht von 12-bis 14-Jährigen. ACTON! Short Report Nr. 7. Ausgewählte Ergebnisse der Monitoring-Studie. München: JFF –Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis. Abrufbar: https://act-on.jff.de/die-monitoring-studie (Abruf: 16.11.20)

Vázquez-Herrero, J./ Direito-Rebollal, S. & López-García, X. (2019). Ephemeral Journalism: News Distribution Through Instagram Stories. Social Media + Society, 1-13...

Vodafone Stiftung Deutschland gGmbH (2019). Alles auf dem Schirm? Wie sich junge Menschen in Deutschland zu politischen Themen informieren. Abrufbar: https://www.vodafone-stiftung.de/wp-content/uploads/2019/11/Vodafone-Stiftung-Deutschland Studie Politisches Informationsverhalten.pdf (Abruf: 16.11.20)

Vodafone Stiftung Deutschland gGmbH (2020). Jugend will bewegen. Politische Beteiligung junger Menschen in Deutschland. Abrufbar: https://www.vodafone-stiftung.de/wp-content/uploads/2020/06/Vodafone-Stiftung-Deutschland Studie Jugend-will-bewegen.pdf (Abruf: 16.11.20)

Volkmer, I. (2016). Public interest in der digitalen Welt. Der "Connected Young Citizen" als Ausgangspunkt für eine neue (Jugend-) Medienpolitik In: Pöttinger, I./ Kalwar, T. & Fries, R. (Hrsg.): Doing politics. Politisch agieren in der digitalen Gesellschaft. Schriftenreihe Schriften zur Medienpädagogik, Band 50, München: Kopaed, 63-82.

Wagner, U. & Gebel, C. (2014). Jugendliche und die Aneignung politischer Information in Online-Medien. Wiesbaden: VS Verlag.

Wegener, C. (2019). Politische YouTuber. Gatekeeper oder Meinungsführer? tv diskurs. Verantwortung in audiovisuellen Medien, 23. Jg., 1/2019 (Ausgabe 87), 56-59.

Wegener, C. & Heider, M. (2019). Wie politische YouTuber arbeiten. Auszüge einer explorativen Studie. TelevIZIon, (32) 1, 16-18.

Journalistische Quellen

- Schmidt, F. (7.3.2020). Wie junge Frauen Politik zu Instagram bringen. Abrufbar: https://www.spiegel.de/politik/wie-junge-frauen-politik-zu-instagram-bringen-a-058b04e2-8b58-4a71-9020-c0680c2ae982 (Abruf 09.09.2020)
- BR 24 (14.12.2019). "Tagesschau" hält an TikTok fest". Abrufbar: https://www.br.de/nachrichten/netzwelt/tagesschau-haelt-an-tiktok-fest, RkccQti, (Abruf 09.09.2020)

Video-Quellen

- Media Convention Berlin (2020). Welche Botschaften geben im Influencer-Universum den Ton an? Abrufbar: https://www.youtube.com/watch?v=iMJIGjqS-q0, (Abruf 20.11.2020)
- Ischtar Isik (2017). Das Interview mit Angela Merkel. Abrufbar: https://www.youtube.com/watch?v=InVnAigxViw (Abruf 20.11.2020)
- RTL interactive GmbH (2020). Wir treffen Politik-Influencerin Louisa Dellert in Berlin. Abrufbar: https://www.rtl.de/videos/wir-treffen-politik-influencerin-louisa-dellert-in-berlin-5f6af8c3f32d0e6aad6ead74.html (Abruf 20.11.2020)
- MEDIENTAGE MÜNCHEN (2020). Sham Jaff über News.zip Die Welt mithilfe von Nachrichten kennenlernen. Abrufbar: https://www.youtube.com/watch?v=d7BFjlAVqeE (Abruf 20.11.2020)

KONTAKT

Prof. Dr. Claudia Wegener

Medienwissenschaft

Filmuniversität Babelsberg

Marlene-Dietrich-Allee II

14482 Potsdam

c.wegener@filmuniversitaet.de