merz | medien + erziehung | Arnulfstraße 205 | 80634 München
| fon 089.68989120 | merz@jff.de | www.merz-zeitschrift.de
| ISSN 0176-9418

merz
ZEITSCHRIFT FÜR MEDIENPÄDAGOGIK

Anna-Clara Pentz: Nachrichtenkompetenz Jugendlicher und junger Erwachsener

Beitrag aus Heft »2021/03 Sexualität und Medien«

Jugendliche und junge Erwachsene nutzen immer weniger journalistische Nachrichtenquellen zur Informationsgewinnung. Mit 46 Prozent nutzen nur knapp die Hälfte dieser Altersklasse klassische journalistische Angebote. Zur wichtigsten Informationsquelle sind die Sozialen Netzwerke geworden, wobei die bevorzugten Plattformen Youtube, Facebook und WhatsApp sind. Bei journalistischen Nachrichten fehle den Jugendlichen oft der Bezug zu ihrem persönlichen Alltag.

Dies geht aus den Ergebnissen der ‚Studie zur Nachrichtenkompetenz Jugendlicher und junger Erwachsener in der digitalen Medienwelt #UseThe-News' des Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut (HBI) hervor. Die Studie untersucht das Zusammenspiel zwischen Nachrichteninteresse, Nachrichtennutzung, Informiertheit und Meinungsbildung. Insgesamt ist das Interesse der jungen Menschen gesunken, sich regelmäßig über Neuigkeiten und aktuelle Ereignisse zu informieren.

52 Prozent der Jugendlichen zwischen 14 und 17 Jahren mit formal niedriger Bildung gelten als ‚gering informationsorientiert' und nutzen kaum journalistische oder auch nicht-journalistische Angebote. Jedoch gelten 39 Prozent derselben Gruppe als ‚gut informiert', 20 Prozent nutzen journalistische Quellen und 15 Prozent nutzen umfassende Informationsangebote (Social Media, Radio, TV). Bei den Jugendlichen mit formal hoher Bildung tun dies sogar über ein Drittel, knapp 70 Prozent können hier als ‚gut informiert' bezeichnet werden.

Für die Studie wurden acht Gruppendiskussionen mit insgesamt 35 Teilnehmenden und Face-to-Face-Befragungen mit jeweils 500 Personen aus den Altersgruppen 14–17 Jahre, 18–24 Jahre und 40–50 Jahre (n = 1.508) durchgeführt. Die Stichproben bilden ein strukturgleiches Abbild der deutschsprechenden Bevölkerung in Privathaushalten in den jeweiligen Altersgruppen hinsichtlich der Variablen Alter, Geschlecht, Region und Bildung (je 50 Prozent formal hoch und formal niedrig). Die Feldarbeit erfolgte durch die Gesellschaft für Innovative Marktforschung (GIM) zwischen dem 12.10. und dem 06.12.2020.

www.leibniz-hbi.de

kopaed verlagsgmbh | Arnulfstraße 205 | 80634 München
kopaed verlagsgmbh | fon 089.688 900 98 | info@kopaed.de | www.kopaed.de