

Christa Gebel und Nadine Jünger

Die Studie eruiert den informationsbezogenen Medienumgang Heranwachsender im Alter von zwölf bis 19 bzw. 20 Jahren und konzentriert sich dabei auf den Umgang Jugendlicher mit medialer Information von gesellschaftlicher bzw. politischer Relevanz. Von zentralem Interesse ist das informationsbezogene Medienhandeln mit Schwerpunkt auf den Online-Medien in seiner Bedeutung für die souveräne Lebensführung der Jugendlichen und ihre gesellschaftliche Teilhabe. Prinzipiell werden alle relevanten Medien in ihrer inhaltlichen und strukturellen Vernetztheit berücksichtigt, insbesondere jedoch neuere Online-Medien. Damit wird nicht nur die Selektion und Rezeption von Information – sei sie journalistischen Ursprungs, sei sie nutzergeneriert – in den Blick genommen, sondern auch das aktive Einholen, Herstellen und Verbreiten medialer Information in ihrer motivationalen und lebensweltlichen Einbindung.

2.1 Anlage der Untersuchung im Überblick

Die Untersuchung umfasst zwei einander ergänzende empirische Teile. Abbildung 2.1 gibt einen Überblick über die Anlage der Untersuchung.

Die standardisierte Online-Befragung lässt Schlüsse darüber zu, wie sich die informationsbezogene Mediennutzung Jugendlicher in Abhängigkeit von soziode-

C. Gebel (✉)

JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis,
Pfälzer-Wald-Str. 64, 81593 München, Deutschland
E-Mail: christa.gebel@jff.de

N. Jünger

Kurt-Günther-Straße 11, 04317 Leipzig, Deutschland
E-Mail: n.juenger@web.de

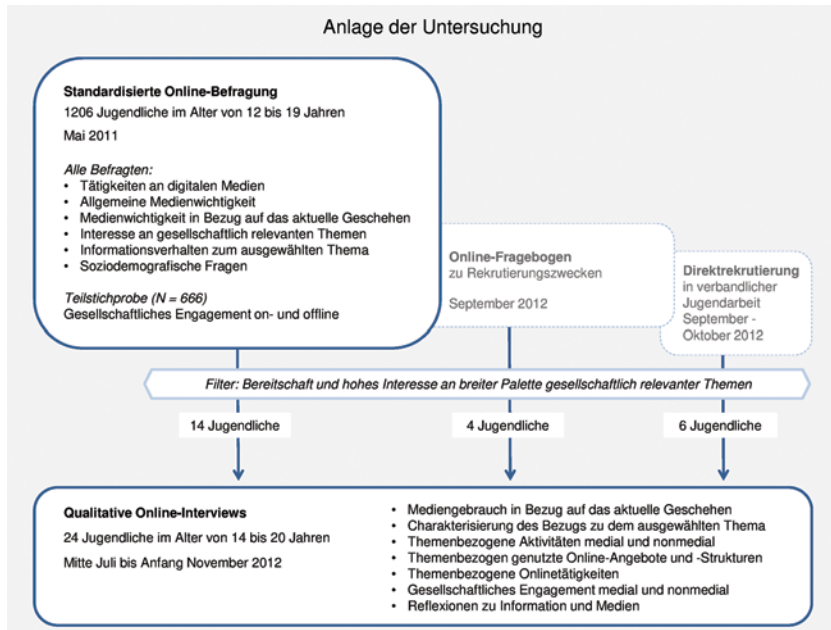


Abb. 2.1 Anlage der Untersuchung

mografischen Faktoren (Geschlecht, Alter, Bildung, Migrationshintergrund) und relevanten persönlichen Bezugspunkten (themenbezogene Informationsbedürfnisse, gesellschaftliches/politisches Interesse und Engagement) darstellt. Um insbesondere über neuere Formen des aktiven Einholens, Verbreitens und Herstellens von Information in angemessener Differenziertheit Aufschluss zu erhalten, erschien es sinnvoll, Jugendliche zu gewinnen, von denen angenommen werden kann, dass sie Web 2.0-Anwendungen prinzipiell (wenn auch nicht unbedingt informationsbezogen) in Gebrauch nehmen. Deshalb bot sich für die standardisierte Befragung der Einsatz eines Online-Fragebogens an, der über jugendaffine Internetplattformen zu erreichen war. Die mit diesem Vorgehen verbundenen Einschränkungen in Bezug auf die Repräsentativität der Stichprobe für die Gesamtheit der einschlägigen Altersgruppe sind anhand von Vergleichen mit repräsentativen Erhebungen der Medien- und Informationsnutzung Jugendlicher aus dem Jahr 2011¹ einschätzbar. Eine thematisch motivierte Selbstselektion der Befragten, die

¹ Vgl. mpfs (2011), BITKOM (2011a, b, c), Hasebrink und Schmidt (2012), Hölig (2013).

nicht dem Thema Information an sich, sondern der Fokussierung der Befragung auf Information zu Themen von gesellschaftlicher Relevanz zuzuschreiben ist, lässt sich dagegen anhand einer Parallelerhebung mit breiterem Themenbezug beurteilen, denn die Befragungswilligen wurden per Zufall entweder auf den Fragebogen dieses Projekts oder auf den des Medienkonvergenz Monitoring² geleitet, das zu diesem Zeitpunkt an der Professur für Medienpädagogik und Weiterbildung der Universität Leipzig angesiedelt war. (Näheres zu entsprechenden Stichprobenvergleichen siehe Abschn. 2.2.4).

Die qualitativen Fallstudien dienen der vertieften Erschließung informationsbezogener Nutzungsroutinen und -wege sowie den damit verbundenen Medien-tätigkeiten unter den Bedingungen des konvergenten Medienensembles in ihrer motivationalen und lebensweltlichen Einbindung. Sie sollten insbesondere neuere Formen des informationsbezogenen Medienhandelns und seine Bedingungen eingehender beleuchten. Im Sampling wurde dem dadurch Rechnung getragen, dass die Erhebung sich auf Jugendliche mit ausgeprägtem und thematisch breitem Interesse an Information zu Themen von gesellschaftlicher Relevanz konzentrierte. Von diesen war nach den Ergebnissen der standardisierten Befragung zu erwarten, dass sie ein vergleichsweise intensives und breit gefächertes Medienhandeln in Bezug auf Information von gesellschaftlicher Relevanz zeigen.

Folgende konkrete Fragebereiche bilden den Kern beider Untersuchungsteile:

- **Medienumgang bezüglich Information zum aktuellen Geschehen**
Dieser Fragebereich bezieht sich auf den Bereich von Informationsbedürfnissen, die Hasebrink und Domeyer (2010) als „ungerichtete Informationsbedürfnisse“ (S. 53 f.) bezeichnen. Die hier relevanten Informationen sind thematisch kaum eingegrenzt. Welchen Stellenwert Information zum gesellschaftlich relevanten aktuellen Geschehen in diesem Rahmen einnimmt, hängt stark von der Motivation und der Relevanzsetzung der Einzelnen ab.
- **Informationsbedürfnisse in Bezug auf gesellschaftlich relevante Themen**
Dieser Fragebereich gibt Auskunft über die thematische Ausrichtung sowie Breite und Stärke des politischen Interesses der Befragten.

² Das Medienkonvergenz Monitoring wird gefördert von der Sächsischen Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (SLM). In diesem Projekt wurde das Informationsverhalten der Jugendlichen zu einem breiteren Themenspektrum erfasst (vgl. Rakebrand und Jünger 2013; Schorb 2013). Durch die parallele Erfassung des themenbezogenen Medienhandelns mit einem Überschneidungspool von sechs Themen (Kinder-/Jugend-/Menschenrechte, Lebensbedingungen von Kindern/Jugendlichen/Familien, Krieg/Bürgerkrieg/Aufstände/Frieden, Umwelt/Natur/Klima, Glaube/Religion, Wirtschaft/Finanzen/Arbeitsmarkt), die in beiden Fragebögen verwendet wurden, wurde außerdem eine Bewertung von themenbezogenen Kontexteffekten bezüglich einzelner Items möglich.

- Themenbezogenes Medienhandeln

Um den Umgang mit gesellschaftlich relevanter Information angesichts der vielfältigen medialen Handlungsmöglichkeiten und der – wie zu vermuten war – stark individualisierten Umgangsweisen möglichst konkret und für die Jugendlichen verständlich abfragbar zu machen, erschien es geboten, den Kernbereich der Untersuchung sowohl in der standardisierten als auch in der qualitativen Befragung möglichst konkret anhand eines³ von den Befragten individuell für relevant empfundenen Themas zu verfolgen.

- Medienhandeln im Rahmen gesellschaftlichen Engagements

Das gesellschaftliche Engagement der Jugendlichen bildet neben dem Themeninteresse einen weiteren Ausgangspunkt zur Eruierung des informations- und partizipationsbezogenen Medienhandelns und ist vor allem in Hinblick auf diejenigen Tätigkeitsoptionen relevant, die über die Rezeption hinausgehen.

Im Einzelfall können die beiden Ausgangspunkte thematisch eng miteinander zusammenhängen, müssen dies jedoch nicht zwangsläufig.

In der standardisierten Befragung wurden zudem allgemeine Daten zu Tätigkeiten an digitalen Medien als Kontext für die informationsbezogene Mediennutzung erhoben.

2.2 Umsetzung der standardisierten Befragung

Die standardisierte Befragung wurde in Form eines Online-Fragebogens mit modularem Aufbau und Selbstaktivierung der Teilnehmenden via jugendaffine Internetplattformen umgesetzt. Die Befragung fand im Zeitraum vom 17. bis 31. Mai 2011 statt und richtete sich an Jugendliche im Alter von 12 bis 19 Jahren. Der Fragebogen wurde in dem zum Erhebungszeitpunkt bei Jugendlichen weit verbreiteten Sozialen Netzwerkdienst SchülerVZ sowie auf einigen weiteren jugendaffinen Online-Plattformen verlinkt.⁴ Da jedoch 95 % der bereinigten Stichprobe über SchülerVZ auf den Fragebogen stießen, ist das Gewicht der übrigen Plattformen zu vernachlässigen.

³ In den qualitativen Interviews konnten dies auch mehrere Themen sein.

⁴ Im Mai/Juni 2011 nutzten 78 % der 12- bis 19-Jährigen täglich oder mehrmals pro Woche Online-Communitys (vgl. mpfs 2011, S. 47). Von der gesamten Altersgruppe nutzten 29 % SchülerVZ, wobei allerdings die Anteile für 12- bis 15-Jährige mit über 40 % deutlich höher ausfielen als für ältere Jugendliche (vgl. ebd., S. 48). Der Fragebogen war auf den folgenden Seiten abrufbar: www.fluter.de, www.handysektor.de, www.jappy.de, www.jugendnetz.de, www.jugendserver-niedersachsen.de, www.kidnetting.de, www.kindersache.de, www.majoonline.de, www.mitmischen.de, www.schuelervz.net, www.seidu.de. Über SchülerVZ war der Fragebogen an zwei Tagen zugänglich, auf den anderen Plattformen über den gesamten Erhebungszeitraum.

2.2.1 Aufbau und Inhalte des Fragebogens

Der Fragebogen⁵ besteht neben den soziodemografischen Angaben aus fünf inhaltlichen Modulen:

1. Allgemeine Computer-, Handy- und Internetnutzung

Die hier gewonnenen Daten dienen bei der Auswertung der thematischen Schwerpunkte als Referenzgrößen. Erfragt werden Tätigkeiten an Handy und Computer on- und offline, Modalitäten der Internetnutzung und die Nutzung von Online-Communitys.

2. Informationsverhalten zum aktuellen Geschehen

Erfragt wird zunächst die Relevanz von medialer Information zum aktuellen Geschehen und die diesbezügliche Relevanz unterschiedlicher Medien. Dabei wurde der jeweilige Regionalbezug der Information differenziert in „vor Ort“ (Stadt/Gemeinde/Landkreis), „in Deutschland“, „außerhalb von Deutschland“ und „im Heimatland (der Eltern)“ – letzteres nur bei Migrationshintergrund. Ferner wurde die Relevanz ausgewählter Informationskriterien erfragt.

3. Themenbezogenes Informationsbedürfnis

Anhand einer Themenliste wurde erfasst, wie wichtig es den Befragten ist, zu den entsprechenden Themen in den Medien informiert zu werden und mit welchem der Themen sich die Befragten in den Medien am meisten beschäftigen (Auswahlthema).

Die Liste beinhaltet 21 Themen gesellschaftlicher Relevanz aus drei Sektoren (Inhalte/Probleme, Prozesse und Akteure).

Von den Themen war aufgrund älterer Untersuchungen anzunehmen, dass sie im Interessensspektrum von Jugendlichen liegen (vgl. Schorb und Theunert 2000a; Schmid 2004; Westle 2006; mpfs 2009). Neu aufgenommen wurde das Thema Netzpolitik/Medienregulierung, von dem nach Albert et al. (2010, S. 49) zu vermuten stand, dass Jugendliche hier Interesse zeigen, zumal es in den Medien mit unterschiedlichen Akzenten hohe Präsenz zeigte (z.B. Meldungen zu „Zensur“ und Urheberrechte im Internet).

Da Jugendliche ein höheres Interesse für Themen äußern, wenn kein expliziter Politikbezug formuliert wird (vgl. Westle 2006), erschien es zur Vermeidung von Bearbeitungsabbrüchen sinnvoll, bei der Benennung der Themen des Sektors Inhalte/Probleme auf einen expliziten Politikbezug weitgehend zu verzichten.

⁵ Fragebogen und Interviewleitfaden werden auf Anfrage zur Verfügung gestellt.

4. Themenbezogenes Medienhandeln

Auf der Basis des Auswahlthemas wurde anschließend dem Informationsverhalten nachgegangen. Hierbei wurde insbesondere das Online-Medienhandeln, d. h. die Rezeption, Produktion und Distribution von Information im Internet sowie das Kommentieren und Bewerten von themenspezifischen Online-Informationen in den Mittelpunkt gestellt, mit speziellem Fokus auf die Angebote des Web 2.0.

5. Medienhandeln im Rahmen gesellschaftlichen Engagements

Zur Erfassung von informations- und partizipationsbezogenem Handeln mit und ohne Medien dienten Fragen zu Online- und Offline Aktivitäten einerseits im Rahmen von Gruppen sowie andererseits zu punktuellen themenbezogenen Artikulationsformen (vgl. Gaiser und de Rijke 2006). Die Itemauswahl orientiert sich an einschlägigen früheren Arbeiten (vgl. Gaiser und de Rijke 2010; Emmer et al. 2011). In diesem Modul ist auch eine Frage zum expliziten Interesse an politischen Themen oder Problemen platziert.

Die Befragten konnten inhaltliche Module bei der Bearbeitung überspringen, nicht jedoch die Fragen zur Soziodemografie. Damit sollte das Ausmaß unkontrollierter Bearbeitungsabbrüche soweit möglich gering gehalten werden. In die Auswertung wurden jedoch nur Befragte aufgenommen, die zumindest die ersten vier Module bearbeitet hatten.⁶ Auf mit dieser Vorgehensweise möglicherweise verbundene Probleme der Stichprobenverzerrung wird im Abschnitt zur Stichprobenbeschreibung eingegangen.

2.2.2 Verschränkung mit dem Parallelprojekt

Wie bereits erwähnt wurden die befragungswilligen Jugendlichen per Zufallsfilter entweder auf diesen Fragebogen (im Weiteren: DFG-Projekt) oder den des Medienkonvergenz Monitoring (im Weiteren: MeMo-Projekt) geleitet. Das Parallelprojekt hatte ebenfalls das Online-Informationshandeln Jugendlicher zum Gegenstand, fokussierte jedoch nicht auf Information von gesellschaftlicher Relevanz (zu den Ergebnissen: vgl. Schorb 2013).

Die Kooperation der beiden Projekte erlaubt es, die Themenbereichsspezifik des informationsbezogenen Medienhandelns der Jugendlichen abzuschätzen, indem in beiden Projekten

⁶ Ebenso verblieben Befragte in der ausgewerteten Stichprobe, die bestimmte Frageblöcke aufgrund der Filterstruktur übersprungen hatten.

- identische Module zur allgemeinen Computer-, Handy- und Internetnutzung⁷ und zur Soziodemografie gemeinsam verwendet wurden und
- die Module zum themenbezogenen Informationsbedürfnis und themenbezogenen Medienhandeln identische Items verwendeten, die allerdings auf eine jeweils projektspezifisch variierte Liste von 21 Themen bezogen wurden. Sechs ausgewählte Themen waren in beiden Fragebogenvarianten identisch vorgegeben, um themenbedingte Kontexteffekte auf das Rating der thematischen Informationsbedürfnisse abschätzen zu können.

Jeweils projektspezifisch konzipiert sind die Module zum Informationsverhalten in Bezug auf das aktuelle Geschehen. Abbildung 2.2 gibt einen Überblick über die Verschränkung der beiden Fragebögen.

2.2.3 Datenbereinigung und Vergleichsstichproben

In der Befragungszeit wurden für beide Projekte insgesamt 9830 Fälle generiert, die für die Datenbereinigung in einem Pool zusammengefasst wurden, um diese nach gleichen Kriterien zu vollziehen. Nach Ausschluss von Fällen mit Bearbeitungsabbruch, von Befragten unter 12 und über 19 Jahren sowie von doppelten und lückenhaften Fällen – insbesondere von solchen mit unvollständigen Angaben zu Alter, Geschlecht und Bildung – verblieben im gemeinsamen Pool beider Projekte 4920 Fälle. Davon hatten 3266 Befragte mehr als das erste Modul (Tätigkeiten an digitalen Medien und allgemeine Medienwichtigkeit) und die soziodemografischen Fragen beantwortet.

Wie der Grafik zu entnehmen ist, lassen sich diese aufgrund der Fragebogenvarianten und der optionalen Vorgabe von Fragebereichen zu verschiedenen Stichproben zusammenfassen (siehe Abb. 2.3). Gegenstand der vorliegenden Veröffentlichung ist in erster Linie die Stichprobe der 1206 Befragten (DFG-Gesamtstichprobe), welche sowohl Fragen zum Informationsbedürfnis und Medienhandeln in Bezug auf gesellschaftlich relevante Themen als auch zum Informationsverhalten in Bezug auf das aktuelle Geschehen beantwortet haben. Darin enthalten sind 1182 Jugendliche, denen das Internet für die Beschäftigung mit einem ausgewählten Thema wichtig ist und die detaillierter zur diesbezüglichen Nutzung von Online-Strukturen und Online-Tätigkeiten befragt wurden. In der Stichprobe der 1206 Befragten ist ferner eine Teilstichprobe von 666 Befragten (DFG-Teilstichprobe) enthalten, die auch das Fragebogenmodul zum gesellschaftlichen Engagement bearbeitet haben.

⁷ Hier sind einzelne Items integriert, die nur für das Medienkonvergenz Monitoring von Belang sind und für das DFG-Projekt nicht ausgewertet werden.

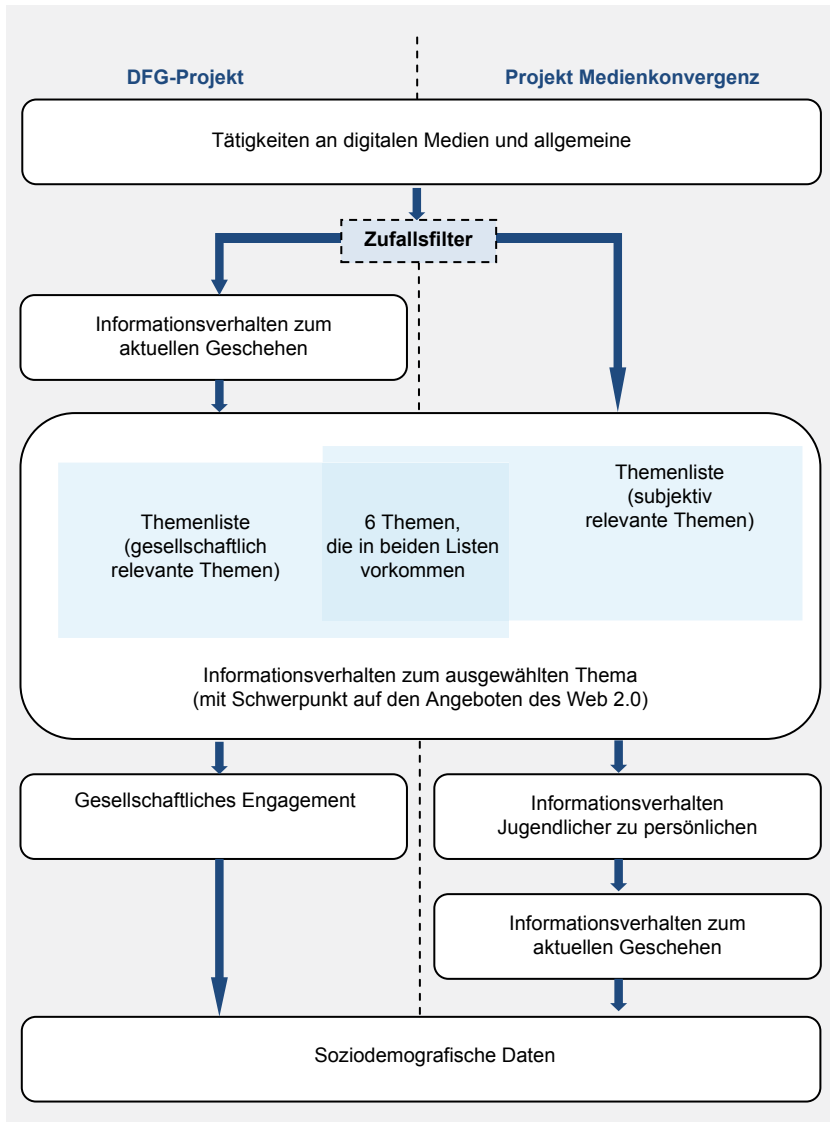


Abb. 2.2 Verschränkung mit dem Parallelprojekt Medienkonvergenz Monitoring (MeMo)



Abb. 2.3 Stichproben der vorliegenden Untersuchung (DFG-Stichproben) und zeitgleich gewonnene Vergleichsstichproben des MeMo

Die übrigen Stichproben werden lediglich zu Vergleichszwecken herangezogen, so auch zur Abschätzung von Selbstselektionseffekten, denn die Stichproben differieren nach soziodemografischen und inhaltlichen Kriterien.

2.2.4 Beschreibung und Einordnung der Stichprobe

Da keine Zufallsauswahl der Teilnehmenden stattfand, kann eine Repräsentativität für die Gesamtheit der deutschen Jugendlichen nicht beansprucht werden. Vielmehr ist anzunehmen, dass die Stichprobe für 12- bis 19-jährige Nutzende jugendaffiner Internetplattformen aussagekräftig ist, insbesondere für die zunehmende Zahl derjenigen, die Internet-Communities aktiv nutzen.

Zur näheren Einordnung der Stichprobe nach soziodemografischen und inhaltlichen Kriterien werden einerseits Daten aus Jugendmedienstudien mit Bezugsjahr 2010 und 2011 herangezogen, um Effekte der Methode Online-Befragung nachzuvollziehen, andererseits werden Vergleiche mit den Stichproben des Medienkonvergenz Monitoring angestellt, um thematisch bedingte Selbstselektionseffekte abzuschätzen.

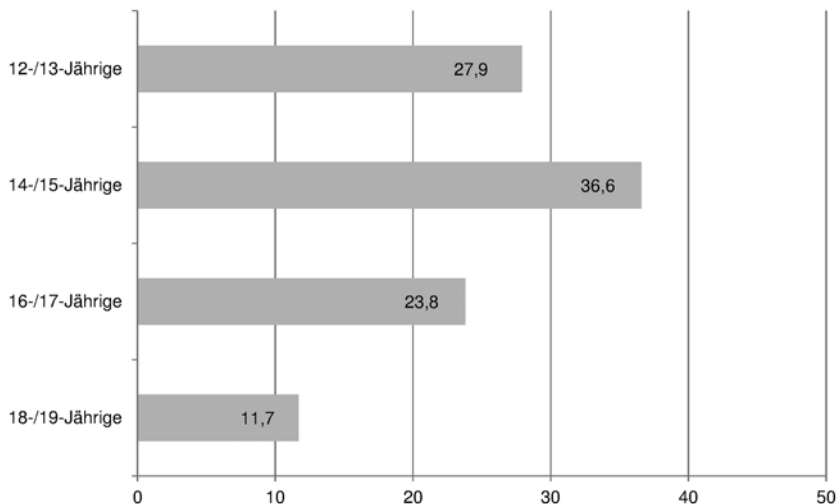


Abb. 2.4 Altersverteilung in der DFG-Stichprobe. (Angaben in Prozent der Befragten; $N = 1206$)

2.2.4.1 Altersverteilung

Die Stichprobe (im Weiteren: DFG-Stichprobe, zur Abgrenzung gegen Vergleichsstichproben) umfasst 1206 Jugendliche im Alter von 12 bis 19 Jahren, wobei die beiden jüngeren Alterskategorien, also die 12- und 13- sowie 14- und 15-Jährigen dominieren. Am stärksten vertreten sind die 14- bis 15-Jährigen mit einem Anteil von 36,6 %, am schwächsten die 18- und 19-Jährigen mit nur 11,7 % (siehe Abb. 2.4). Die Überrepräsentanz der 14- bis 15-Jährigen ist nicht etwa auf die inhaltliche Ausrichtung der Befragung auf das Informationsverhalten zu gesellschaftlich relevanten Themen und zum aktuellen Geschehen zurückzuführen, sondern vermutlich auf den hohen Aktivitätsgrad dieser Altersgruppe auf der Plattform SchülerVZ (vgl. BITKOM 2011a, S. 26), denn Vergleiche mit der Altersstruktur der anderen in Abb. 2.3 dargestellten Stichproben zeigen, dass diese Altersgruppen dort ebenfalls stark präsent sind. In den Teilstichproben des MeMo sind zudem die älteren Jugendlichen noch stärker unterrepräsentiert als in der DFG-Teilstichprobe.

2.2.4.2 Geschlechterverteilung

Die DFG-Stichprobe zeichnet sich darüber hinaus durch einen erhöhten Anteil an Mädchen aus (58,3 %), der jedoch nur auf die beiden jüngeren Alterskategorien zurückzuführen ist (siehe Abb. 2.5). Dieses Ungleichgewicht der Geschlechter ist ebenfalls der schwerpunktmäßigen Herkunft der DFG-Stichprobe von einer Netzwerkplattform zuzuschreiben (vgl. BITKOM 2011a, S. 27); im Hinblick auf die

Jugendliche und die Aneignung politischer Information
in Online-Medien

Wagner, U.; Gebel, C.

2014, XIV, 193 S., Softcover

ISBN: 978-3-658-04200-4