

Die Generation Tiktok ist kritischer als ihr Ruf

Junge Menschen nutzen soziale Netzwerke und klassische Medien als Informationsquellen. Dabei prüfen sie Inhalte teils genauer, als ihnen oft nachgesagt wird. Das Risiko, sich in Echokammern zu verlieren, ist jedoch weiterhin groß.

Raimund Lang

Junge Menschen gelten als schwer erreichbar für klassische Medien. Ihnen wird nachgesagt, sie würden sich nur mehr oberflächlich über Plattformen wie Tiktok, Instagram oder andere Social-Media-Apps informieren, wo auch fragwürdige Inhalte gerne herumgereicht werden. Meist schwingt dabei der Vorwurf mit, die jüngere Generation interessiere sich nicht für seriöse Fakten oder habe zumindest kein Interesse daran, Inhalte auf ihre Zuverlässigkeit zu prüfen.

Dieses Urteil ist in der Schärfe allerdings nicht haltbar – so lässt sich zumindest eine aktuelle Studie der Fachhochschule Wien der WKW interpretieren, in der das dreiköpfige Forschungsteam einen Blick auf das Medien-nutzungsverhalten von 18- bis 30-Jährigen geworfen hat. Basis der qualitativen Studie sind 48 Leitfadeninterviews von durchschnittlich einer halben Stunde Dauer mit Personen beiderlei Geschlechts und unterschiedlichen Bildungsgrades aus der Altersgruppe. Die Studie mit dem pointierten Titel „I do my own research“ wurde kürzlich auf der Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPK) an der TU Dortmund der Fachwelt vorgestellt.

Im Zentrum der Untersuchung steht nicht nur die Frage, welche Medien junge Erwachsene bevorzugt nutzen, sondern auch, wie ihr täglicher Medienkonsum aussieht. „Es ist sehr konkret um die Mediennutzungs-routinen im Tagesverlauf gegangen“, sagt Gisela Reiter vom Department of Communication der FH der WKW, neben Marian Adolf und Andreas Hess eine der drei Autorinnen. „Wir haben uns erzählen lassen, welche Medien im Tagesverlauf wann genutzt werden, warum sie genutzt werden und auch, warum welche Medien nicht genutzt werden.“ Daraus und vor allem aus den Antworten auf die Frage, wie Mediennutzer Inhalte auf Glaubwürdigkeit überprüfen, leiteten die Forschenden drei Typen von Mediennutzungsstrategien ab.

Hausverstand und Filter-Bubble

Die erste Gruppe nennen sie die „selbstständig Informierten“. Mitglieder dieser Gruppe versuchen Nachrichten eigenständig zu überprüfen und verlassen sich dabei stark auf Suchmaschinen, soziale Medien und insbesondere den eigenen Hausverstand. Sie wollen Informationen explizit nicht einfach übernehmen, sondern selbst recherchieren und unterschiedliche Quellen vergleichen. Dieser an sich lobenswerte Ansatz birgt jedoch Gefahren in sich: „Es gibt hier relativ wenig Bewusstsein, wie die verschiedenen medialen Angebote und generell die Mediennutzung zu differenzieren ist und in weiterer Folge dann auch, wie man Recherchen so durchführt, dass man die Vertrauenswürdigkeit von Quellen tatsächlich feststellen kann“, so Reiter. „Es gibt das Risiko, dass man in einer Filter-Bubble verschwindet, wo irgendwelche Verschwörungstheorien oder vermeintlich nach Hausverstand argumentierte Theorien vorherrschen.“

Die zweite Gruppe nennen die Forscher die „Netzwerkinformierten“. Sie zeichnen sich vorrangig durch ihre Orientierung an der Einschätzung anderer Menschen aus. Offline erhalten sie diese im Freundeskreis, online in den Kommentaren von Medien, in Foren oder sozialen Netzwerken. Sobald sie auf fragwürdige Inhalte stoßen, beobachten sie die Diskussionen oder holen Meinungen anderer ein, um sich selbst ein Urteil zu bilden. Auffällig sei dabei, dass Netzwerkinformierte typischerweise auch Personen vertrauen, die sie gar nicht näher kennen.

Die dritte Gruppe bilden die „traditionell Informierten“. Ihr Kennzeichen ist es, dass sie sich vorwiegend an etablierten Medienmarken orientieren, die üblicherweise als seriöser Journalismus wahrgenommen werden. Nachrichten gelten ihnen oft bereits dann als glaubwürdig, wenn sie von einer als zuverlässig erachteten Quelle stammen. Dies trifft auch dann zu, wenn es sich etwa um Kurzvideos auf sozialen Medien handelt. Einschränkung müsse man allerdings darauf hinweisen, dass als Grundlage, beziehungsweise Argumentation für dieses Vertrauen in die etablierten Medienmarken oft der Umstand genannt wurde, dass deren Inhalte teilweise oder so-

In einer Studie der FH Wien der WKW wurde erhoben, wie junge Menschen mit Informationen umgehen. Drei Strategien haben die Forschenden dabei identifiziert – und daraus Ratschläge für den Journalismus abgeleitet.

gar mehrheitlich kostenfrei zugänglich sind. Alle drei Gruppen lassen sich sehr gut hinsichtlich eines bestimmten Merkmals ihres Medienkonsums vergleichen, nämlich dem jeweiligen Objekt ihres Vertrauens. Die selbstständig Informierten vertrauen insbesondere dem eigenen Urteil, die Netzwerkinformierten sozialer Resonanz und die traditionell Informierten etablierten Marken.

Jede der drei Gruppen ist somit dem Risiko ausgesetzt, danebenzuliegen. Trotz der Schwächen aller dieser drei Strategien meint Reiter, dass die Orientierung an etablierten Medienmarken letztlich die stabilste Form der Informationsbewertung darstelle. Denn im Unterschied zum Hausverstand oder Diskursdynamiken in sozialen Netzwerken basiere professioneller Journalismus auf redaktionellen Standards, zuverlässigen Rechercheprozessen und institutioneller Kontrolle.

Vorteile und Gefahren

Insgesamt zeichnet die Studie der Wiener Fachhochschule weniger das Bild einer an echten Informationen desinteressierten Generation von Medienkonsumenten als vielmehr eine Diagnose von Abzweigungen, die jeweils Vorteile, aber auch Gefahren mit sich bringen. Für den klassischen Journalismus hat Reiter eine Empfehlung parat: „Man muss als etabliertes Medienunternehmen wohl klarer kommunizieren, was man als Journalist eigentlich macht“, meint sie. „Ich würde den etablierten Medien raten, die Leute dafür zu sensibilisieren, was der Mehrwert von journalistischer Arbeit ist.“

Die Generation Tiktok ist kritischer als ihr Ruf



A) Vor dem Lesen

- Nennen Sie Quellen, mit denen Sie sich diese Woche über das aktuelle Geschehen informiert haben.
- Vergleichen Sie die Informationsmöglichkeiten früherer Generationen mit den heutigen Möglichkeiten durch soziale Medien und digitale Plattformen.
- Diskutieren Sie Ihre Erkenntnisse abschließend im Plenum.



B) Textbearbeitung

- Lesen Sie den Artikel aufmerksam durch.
- Beschreiben Sie die zentralen Ergebnisse der im Artikel vorgestellten Studie zum Mediennutzungsverhalten von 18- bis 30-Jährigen.
- Arbeiten Sie die unterschiedlichen Mediennutzungsstrategien heraus, die von den Forschenden identifiziert wurden. Stellen Sie Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen ihnen übersichtlich dar.
- Analysieren Sie die Chancen und Risiken sozialer Medien für die politische Meinungsbildung junger Menschen. Berücksichtigen Sie dabei insbesondere die Rolle von Echokammern und Filterblasen.
- Beurteilen Sie die Aussage, dass kritisches Denken heute eine ebenso wichtige Kompetenz darstellt wie der Zugang zu Informationen. Begründen Sie Ihr Urteil unter Einbeziehung des Artikels und eigener Überlegungen.



C) Textproduktion

Verfassen Sie einen Leserbrief.

Situation: Nachdem Sie den Artikel „Die Generation Tiktok ist kritischer als ihr Ruf“ in der Tageszeitung „Der Standard“ gelesen haben, möchten Sie Ihre Sichtweise zur Rolle sozialer Medien bei der politischen Meinungsbildung junger Menschen darlegen. Verfassen Sie nun den **Leserbrief** und bearbeiten Sie dabei folgende Arbeitsaufträge:

- Fassen Sie die wesentlichen Aussagen zum Mediennutzungsverhalten Jugendlicher zusammen.
- Diskutieren Sie die Verantwortung von Nutzerinnen und Nutzern beim Umgang mit Informationen aus sozialen Netzwerken.
- Beurteilen Sie die Bedeutung von Quellenkritik und Informationsvielfalt für eine fundierte Meinungsbildung.

Schreiben Sie zwischen 270 und 330 Wörter. Markieren Sie Absätze mittels Leerzeilen.