

# Editorial

**Katharina Gallner-Holzmann, Theo Hug, Günther Pallaver**

Das Mediennutzungsverhalten ändert sich. Jugendliche finden Nachrichten und Informationen aller Art im Internet. Dort sind aber nicht nur etablierte Medienunternehmen und Blogger repräsentiert, die sich an den Richtlinien von Qualitätsjournalismus orientieren. Dort tummeln sich auch Influencer und ein breites Spektrum von Meinungsmacher\*innen.

Zwar schätzen Jugendliche die Qualität von Tageszeitungen und Nachrichtensendungen als besonders zuverlässig ein, sie nutzen aber auch ungeprüfte Online-Angebote als Informationsquellen. Entsprechend konkurrieren etablierte Medienunternehmen zunehmend nicht nur mit Blogs, sondern auch mit Youtubern, Unterhaltungskünstlern auf der Streaming-Plattform Twitch oder Angeboten auf Netflix, die sich mit politischen und tagesaktuellen Themen beschäftigen.

Was bedeutet das für die Zukunft des Qualitätsjournalismus? Diese Frage stand im Zentrum des Medientags 2019 und der damit verbundenen Ringvorlesung mit Übungscharakter. Sowohl der Medientag unter dem Titel „YouTube, Twitch und Netflix: Jugendliche Mediennutzung als Herausforderung für den Qualitätsjournalismus“ als auch die Ring-VU wurden vom interfakultären Forum *Innsbruck Media Studies* in Kooperation mit den Veranstaltungspartnern, der Moser Holding AG und der Austria Presse Agentur an der Universität Innsbruck durchgeführt.

Die Jugendlichen von heute sind die erste Generation, die von digitalen Medien und Smartphones umgeben aufgewachsen sind. Diese jungen Menschen verbringen viel Zeit im Internet und laut der 18. Shell Jugendstudie suchen 71% täglich mindestens einmal online nach Informationen. Sie nutzen News-Portale, Messenger-Apps und YouTube, um sich zu informieren, vertrauen aber besonders traditionellen Medien, die sie durchaus auch konsumieren (Albert, Hurrelmann & Quenzel 2020). Diese Veränderung in

der Mediensozialisation der Heranwachsenden macht eine Auseinandersetzung mit der Erwartungshaltung Jugendlicher an Nachrichtenmedien (Kramp 2018) zu einer zentralen Aufgabe für den Qualitätsjournalismus. Oft stehen die Gefahren und Risiken für Kinder und Jugendliche im Netz im Zentrum der Perspektiven auf das Smartphone als Leitmedium. Dabei verändern sich auch Normen und Verhaltensweisen in einer digitalen Gesellschaft – nicht nur bei den Jugendlichen. Die gesellschaftliche Herausforderung besteht darin, heranwachsenden Generationen alle Fähigkeiten mitzugeben, die es braucht, um zu *digital citizens* zu werden (Moser 2019). Dafür sind nicht nur Untersuchungen des Aufwachsens in (digitalen) Medienwelten (Wegener 2016 und Gramoll & Grunewald 2018) und pädagogische Konzepte zur Vermittlung eines kompetenten Umgangs mit (online) Informationen gefragt (Gebel 2018). Es braucht auch Medienangebote, die junge Menschen mit Informationen versorgen. Um diese zu gestalten, muss die jugendliche Mediennutzung genauer in den Fokus genommen werden.

Neben jährlich erscheinenden Studien wie beispielsweise den *JIM-Studien* (Jugend, Informationen, Medien)<sup>1</sup> des medienpädagogischen Forschungsverbunds Südwest und pointierten Kurzinformationen wie dem Jugendinternetmonitor von Saferinternet.at<sup>2</sup> haben in den letzten Jahren auch Tageszeitungen die Mediennutzung österreichischer Jugendlicher erhoben. So erschien 2019 die TT-Jugendstudie und die Oberösterreichischen Nachrichten veröffentlichten die Ergebnisse der 6. Oberösterreichischen Jugend-Medien-Studie.<sup>3</sup>

Alle diese Erhebungen legen nahe, dass sich das Mediennutzungsverhalten junger Menschen gewandelt hat und sich weiterhin im Wandel befindet. Diese Veränderungen sind zwar nicht neu, die Geschwindigkeit, in der sie sich vollziehen, wird durch digitale Medien und Social Media Plattformen jedoch beschleunigt. Für Medienunternehmen, aber auch für unterschiedlichste Bildungsinstitutionen und -kontexte entstehen dadurch wesentliche Fragen für die Zukunft: Wie kann Qualitätsjournalismus Jugendliche erreichen? Wie muss sich der Qualitätsjournalismus weiterentwickeln, um auch in Zukunft seine Funktion in der Gesellschaft einzunehmen? Welche Bildungsangebote muss es geben, um Jugendliche für die Qualität von Medien zu sensibilisieren?

---

1 <https://www.mpfs.de/studien/?tab=tab-18-1>.

2 <https://www.saferinternet.at/services/jugend-internet-monitor/>.

3 Siehe [https://issuu.com/zielgruppenverlag.at/docs/umfrage\\_jugendliche\\_folder\\_210x285\\_1908\\_issuu?fr=sNjNkMDEzMTMyNg](https://issuu.com/zielgruppenverlag.at/docs/umfrage_jugendliche_folder_210x285_1908_issuu?fr=sNjNkMDEzMTMyNg) sowie <https://www.edugroup.at/innovation/forschung/jugend-medien-studie/detail/6-ooe-jugend-medien-studie-2019.html>.

Der vorliegende Band bietet einige Antworten zu diesen Fragen und führt theoretische und anwendungsorientierte Beiträge des Medientags und der Ring-VU mit Einreichungen aus dem Call zum Thema Jugendliche Mediennutzung im April 2020 zusammen.

Nach den Grußworten von *Bernhard Fügenschuh*, Vizerektor für Lehre und Studierende der Leopold-Franzens-Universität Innsbruck, *Hermann Petz*, CEO der Moser Holding und *Clemens Pig*, CEO der APA, wird der Band von *Martina Marx'* Beitrag *Nachrichten via Instagram, YouTube und Tiktok – Journalistische Angebote für junge Menschen* eröffnet. Sie untersucht Angebote für eine junge Zielgruppe. Marx stellt fest, dass in Österreich kaum Medien für Jugendliche produziert werden und stellt Konzepte aus Deutschland vor. Sie thematisiert nicht nur den Bedarf für neue Formate, sondern erklärt auch am Beispiel von Futter, dem Jugendangebot der Kleinen Zeitung, welche Herausforderungen bewältigt werden müssen, um ein junges Publikum erreichen zu können.

Mit neuen Strategien Jugendliche zu erreichen beschäftigt sich auch *Benedikt Kapferer* im Beitrag *Journalismus auf Augenhöhe? Zwei Experteninterviews zum Verhältnis jugendlicher Mediennutzung und öffentlich-rechtlichem Rundfunk in digitalen Zeiten*. Er wertet zwei Interviews mit Patrick Swanson und Matthias Karmasin vom ORF über die Herausforderung aus, Jugendliche mit gesicherten Informationen zu versorgen und spricht über das Dilemma zwischen Partizipation und Kommerzialisierung, das mit der Nutzung sozialer Netzwerke verbunden ist.

Der Beitrag *Journalismus und Jugendliche. Einstellungen zu Journalist\*innen und Selbsterfahrung durch Produktion von Beiträgen für Radio und Podcast. Ein Versuch* behandelt die Rezeption von journalistischen Inhalten und das Berufsverständnis von Journalist\*innen durch Jugendliche. In der Produktion von Podcast und Nachrichtensendungen im Rahmen des Seminars stellen *Petra Herczeg* und *Rainer Rosenberg* fest, dass junge Menschen nicht Medienformate auswählen, die für ihre jeweiligen Anforderungen passen, sondern auch fast intuitiv journalistische Grundsätze in der Beitragsgestaltung anwenden.

Wie sich Studierende in der Kommunikationsgesellschaft und insbesondere im universitären Raum der Wissensproduktion bewegen, haben *Sabrina Pensel* und *Sandra Hofhues* analysiert. Im Beitrag *Studierende und Medien. Wissensproduktion und Informationsverarbeitung in der Kommunikations- und Wissensgesellschaft* beschreiben sie wie Studierende die Informationsflut in ihrem (Studien-)Alltag wahrnehmen, wie sie darin handeln und folgern daraus, welche Rolle Hochschulen als Bildungsinstitutionen in digitalisierten Gesellschaften einnehmen können.

Im Beitrag *Generation YouTube: Die Zerstörung der Politik oder die Fortsetzung von Politik mit anderen Mitteln* nimmt Valentin Dander ein Video des YouTubers Rezo als Anlass, über YouTube als politischen Kanal für Jugendliche nachzudenken. Er stellt fest, dass junge Menschen hier nicht nur Informationen für ihr Studium und Unterhaltung suchen, sondern sich auch politisch informieren. Besondere Bedeutung kommt dabei kommentierenden und meinungsstarken Formaten zu.

Tim Hartung verweist in seinem Beitrag *Geschichtsdarstellungen auf Youtube – geschichtsdidaktische Prinzipien für die Beurteilung von Erklärvideos* auf den Umstand, dass Jugendliche insbesondere YouTube auch für schulische Inhalte verwenden. Immerhin sehen 41% der deutschen Schülerinnen und Schüler regelmäßig Lernvideos. Er entwickelt anhand geschichtsdidaktischer Kriterien ein Raster, das bei der Analyse und Reflexion von YouTube-Videos mit historischen Inhalten hilft.

Die Ansprüche von Jugendlichen an Medien beschreibt Bernhard Heinzlmaier in seinem Beitrag *Eine Generation im Bildersturm. Über das Mediennutzungsverhalten der Jugend* auf Basis der Ergebnisse der Jugendwertestudie 2019 und der Studie „Generation Corona“.<sup>4</sup> Er argumentiert, dass junge Menschen in der Leistungsgesellschaft, aber insbesondere in Krisenzeiten, ein Medium suchen, das nicht nur ästhetischen Ansprüchen genügt, sondern auch als starke, nationale Institution Themen wie Stabilität und Gesellschaft behandelt, ohne sich dabei an Staat oder internationale Märkte anzubiedern.

Sowohl die Veranstaltungsorganisation als auch die Herausgabe des Sammelwerkes waren ein kollaboratives Unterfangen, für das wir in mehrfacher Hinsicht zu danken haben: Ganz besonders danken wir unseren beiden Veranstaltungspartnern, der Moser Holding AG – insbesondere Herrn Mag. Hermann Petz, und der Austria Presse Agentur, Herrn Dr. Clemens Pig, für ihre Unterstützung. Wir danken Frau Mag. Lisa Berger-Rudisch, Frau Barbara Rauchwarter und Herrn Mag. (FH) Norbert Adlassnigg für die sehr anregende und konstruktive Zusammenarbeit sowie allen Helfern und Helferinnen am Ort für die technische Betreuung, Herrn Mag. Georg Laich vom ORF für die Moderation der Podiumsdiskussion, Herrn Marco Achthorner für die studentische Mitarbeit am Medientag sowie den MitarbeiterInnen vom Büro für Öffentlichkeitsarbeit und Kulturservice für die gute Zusammenarbeit. Die Publikation wäre ohne die finanzielle Unterstützung des Vizerektorats für Forschung der Universität Innsbruck sowie der beiden Veranstaltungspartner nicht möglich gewesen. Zu danken haben wir weiters

---

4 Siehe <https://jugendkultur.at/jugendwertestudie-2019/> sowie <https://jugendkultur.at/jugendwertestudie-2020-was-kommt-nach-corona/>.

Dr. Birgit Holzner und Carmen Drolshagen von *innsbruck university press* für die verlegerische Betreuung.

Innsbruck, im Juli 2020

Katharina Gallner-Holzmann, Theo Hug & Günther Pallaver

## Literatur

- Albert, Mathias; Hurrelmann, Klaus & Quenzel, Gudrun (2019): *Jugend 2019. Eine Generation meldet sich zu Wort. 18. Shell Jugendstudie*, hrsg. von der Shell Deutschland Holding. Weinheim: Beltz.
- Gebel, Christa (2018): Alles auf dem Display? Herausforderungen an einen kompetenten Umgang mit (Online-)Information für Jugendliche. In: *Außerschulische Bildung*, 3, S. 56-59.
- Gramoll, Annika & Grunewald, Michael (2018): Aufwachsen in der Medienwelt. Sieben Thesen – nicht nur für Kinder und Jugendliche. In: *Das Baugerüst*, 2, S. 22-24.
- Kramp, Leif (2017): Was junge Menschen von Nachrichtenmedien erwarten. Das journalistische Ringen um die Gunst von Jugendlichen und jungen Erwachsenen. In: Haarkötter, Hektor & Nieland, Jörg-Uwe (Hrsg.): *Nachrichten und Aufklärung*. Wiesbaden: Springer Verlag, S. 153-186.
- Moser, Heinz (2019): Jugendliche Mediennutzer- und -nutzerinnen in der digitalen Welt. In: Moser, Heinz (Hrsg.): *Einführung in die Medienpädagogik*. Wiesbaden: Springer, S. 81-119, [https://doi.org/10.1007/978-3-658-23208-5\\_3](https://doi.org/10.1007/978-3-658-23208-5_3).
- Wegener, Claudia (2016): *Aufwachsen mit Medien*. Wiesbaden: Springer VS. Online unter: <https://doi.org/10.1007/978-3-658-00843-7>.

