

Forschungsprojekt:

**Informationsverhalten der Digital Natives.
Informationsbeschaffung und Informationsnutzungsverhalten bei
Jugendlichen und jungen Erwachsenen im digitalen Zeitalter.**

Executive Summary



Geschäftszahl: GZ KOA 8.064/2015-3

Fördernehmer:

Zeitung in der Schule (ZiS) – Verein zur Förderung von Zeitungen in der schulischen Ausbildung

Vertreten durch: Mag. Nadja Vaskovich, MBA

Wissenschaftliche Leitung der Studie und Bericht: PD DDr. Julia Wippersberg

1. Ziel der Studie

Im Fokus dieser Studie steht die Frage, wie in der Zielgruppe der sogenannten „Digital Natives“ Informationsbeschaffung erfolgt und wie sich Informationsnutzungsverhalten im digitalen Zeitalter (neu) organisiert.

Mit dieser Studie wird auf einer für Österreich repräsentativen Basis geklärt, welchen Stellenwert Nachrichten über das aktuelle Zeitgeschehen (aktuelle gesellschaftliche, politische und wirtschaftliche Themen) sowie Informiertheit als Wert per se haben, wie groß die Gruppe der unter den 16- bis 30-Jährigen ist, die aktive Informationsbeschaffung über aktuelle gesellschaftliche, politische und wirtschaftliche Themen anstreben oder vermeiden, und welche Gründe für die genannten Aspekte erkennbar sind.

Darüber hinaus soll der Versuch unternommen werden, Themeninteressen, Nutzung von Medien und Wissen über aktuelles Zeitgeschehen in einen realistischen und nachvollziehbaren Zusammenhang zu bringen.

2. Studienbeschreibung und Stichprobenbeschreibung

2.1. Ausgangssituation & Zielsetzung

Um die genannten Studienziele zu erreichen, wurde ein zweistufiger Untersuchungsansatz gewählt. In der ersten Phase wurden in einem explorativen Ansatz Fokusgruppen-Interviews durchgeführt, um die Motive für die Nutzung bzw. Nicht-Nutzung von Nachrichten und Informationen zum aktuellen gesellschaftlichen, politischen und wirtschaftlichen Geschehen zu klären. Aufbauend auf diesen ersten Erkenntnissen wurde eine quantitative Befragung durchgeführt, mit der repräsentative Ergebnisse abgeleitet werden können.

2.2. Studiensetup

- 1.012 Auskunftspersonen
- österreichweite Erhebung unter 16 - 30-Jährigen, repräsentativ nach Alter, Geschlecht, Bundesland
- Computer Aided Web Interviews (CAWI)
- LOI: durchschnittlich 19 Minuten
- Feldphase von 11. März bis 25. März 2016

Mit der Durchführung der quantitativen Erhebung wurde das Institut marketmind beauftragt.

3. Zentrale Ergebnisse

Der Stellenwert von allgemeiner, interessensfreier Informiertheit bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen im Alter von 16 - 30 Jahren ist nicht sehr stark ausgeprägt. Die Interessen – und damit auch die Informiertheit – sind stark auf die Lebenswelt und auf den persönlichen Nutzen (Beruf, Ausbildung, Freizeitgestaltung, persönliche Interessen) bezogen. Es wird nicht als Defizit angesehen, wenn man über aktuelles Zeitgeschehen nicht mitreden kann, und es gibt eine hohe Überzeugung, dass aktive Informationsbeschaffung in diesem Bereich nicht erforderlich ist. Als wichtigster Grund hierfür wird die Überzeugung angegeben, dass man ohnedies jederzeit im Internet nachschauen könne, wenn man etwas wissen möchte.

Die Nutzung von Nachrichten und Informationen zum aktuellen Zeitgeschehen entwickelt sich zu einer „Zwischendurch-Nutzung“, d.h. Nachrichten werden in Pausen, Wartezeiten oder sonst „zwischen durch“ genutzt. Gerade die große Verfügbarkeit von mobilen Kommunikationsgeräten macht eine solche Nutzung besonders einfach. Es wird kaum Zeit am Tag speziell für den Nachrichtenkonsum reserviert.

Wenn Themen bzw. Artikel von Facebook, Freunden o.ä. vorgeschlagen und „präsentiert“ werden bzw. wenn gedruckte Medien griffbereit sind (bspw. am Frühstückstisch, in der U-Bahn etc.), dann ist die Nutzung von Medien deutlich häufiger als wenn selbständig und damit aktiv nach Nachrichten in Medien (Kauf von Zeitungen, direktes Ansteuern von Medienseiten im Internet) gesucht werden muss.

Die wichtigsten Gründe für die Information über tagesaktuelles Zeitgeschehen sind der Wunsch, sich seine eigene Meinung bilden und mitreden zu können, für Wahlen informiert zu sein und bei aktuellen Themen mitreden zu können. Eine große Anzahl gibt auch an, einfach gut informiert sein zu wollen und dass es „dazugehört“, gut informiert zu sein.

Die Themeninteressen der Befragten sind sehr breit gefasst, „klassische, harte Ressorts“ wie Innenpolitik, EU/Außenpolitik, Wirtschaft rangieren allerdings weit hinten. Die häufig genannten Themeninteressen spiegeln vor allem die Lebenswelten der befragten jungen Menschen wieder: Von größtem Interesse sind Aus- und Weiterbildungsthemen, Digitalthemen, Gesundheit/Fitness, Regionales und Musik.

Wichtig für die Sozialisation des Informationsverhaltens sind das Elternhaus und engagierte Lehrer, die bspw. auch Zeitungsprojekte in der Schule durchführen. Es zeigt sich dabei, dass die Einsatzmöglichkeiten für Medienprojekte und die Einbindung von aktuellen Themen im Unterricht breit gefächert sind und sich nicht auf die Fächer „Deutsch“ oder „politische Bildung“ beschränken.

Grundsätzlich erscheint die Nutzung von verschiedenen Informationsmedien durchaus hoch zu sein, allerdings ist das Wissen nicht entsprechend hoch. Es scheint also so, dass zwar die Nutzung hoch ist, aber nicht viele Inhalte erinnert werden.

Die Befragten sind also nicht unbedingt eine „Generation newsless“, aber eine „Generation Comfort“, die sich Nachrichten gerne auf Facebook vorschlagen lässt oder auf tatsächlich griffbereite Medien zugreift, wenig mit schrecklichen Inhalten konfrontiert werden möchte und Nachrichten wohl zwischendurch nutzt, wenn gerade Zeit ist und nichts „Wichtigeres“ zu

tun ist, aber viel seltener selbst aktiv nach Nachrichten sucht oder bewusst Zeit für den Nachrichtenkonsum einplant.