



Angewandte Linguistik
IAM Institut für Angewandte
Medienwissenschaft

Die Sicht der Medienwissenschaft

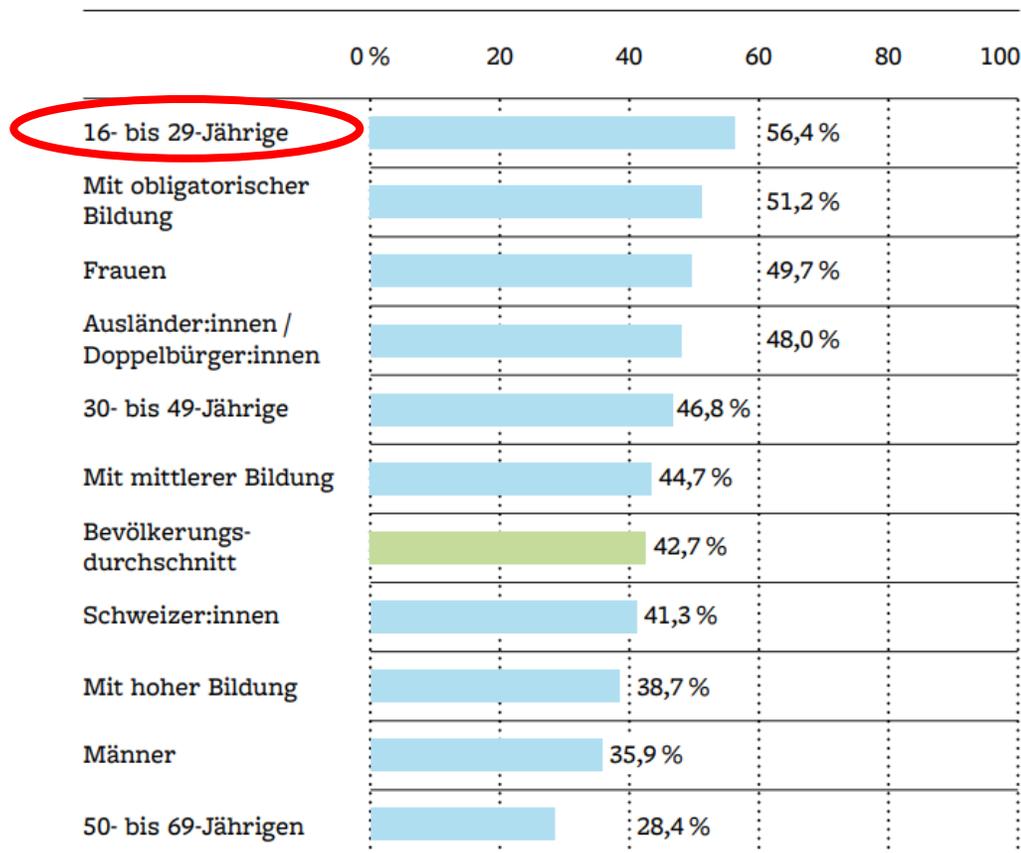
Konferenz "Nachrichtenkompetenz auf Sekundarstufe II"

3. November 2023
Guido Keel



These 1

Die Mediennutzung von jungen Erwachsenen ist ambivalent.



Darstellung IX.6: Anteil «News-Deprivierte» in Untergruppen

fög – Forschungszentrum Öffentlichkeit und Gesellschaft (Hg.) (2023). Jahrbuch Qualität der Medien 2023.

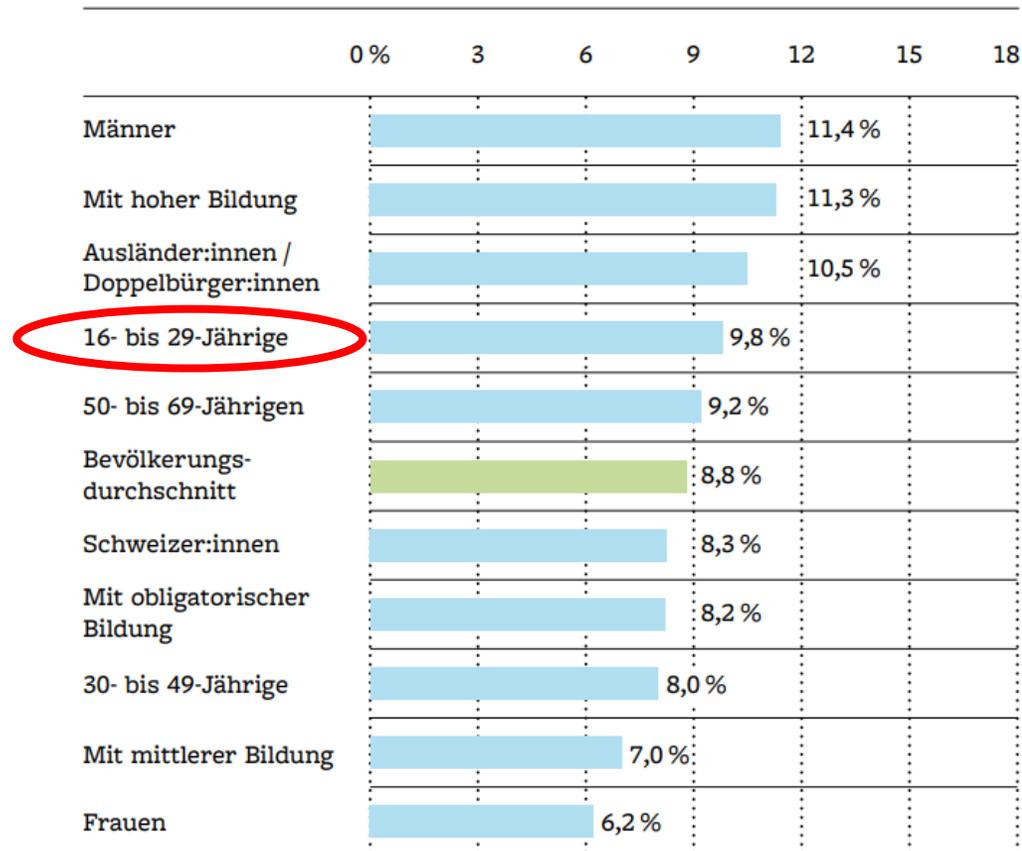
«News-Deprivierte»

«News-Deprivierte» sind von einer Unterversorgung an Nachrichten über alle Medienkanäle hinweg geprägt. Sie nutzen Nachrichtenmedien unterdurchschnittlich. Wenn Nachrichten genutzt werden, dann hauptsächlich über kostenlose Social-Media- und Onlineangebote. Die klassische Printzeitung wird so gut wie gar nicht genutzt. Die Bereitschaft, für Nachrichten zu zahlen, ist gering.

Die «News-Deprivierten» sind mit 42,7% der grösste Newsrepertoiretyp in der Schweiz (vgl. Darstellung IX.6). Der Anteil ist vor allem bei den Jüngeren im Alter zwischen 16 und 29 Jahren nochmals deutlich höher. Ausserdem sind «News-Deprivierte» bei Personen mit niedrigerem Bildungsgrad sowie Frauen übervertreten.

These 1

Die Mediennutzung von jungen Erwachsenen ist ambivalent.



Darstellung IX.4: Anteil «Intensivnutzer:innen» in Untergruppen

«Intensivnutzer:innen»

«Intensivnutzer:innen» sind durch ein breites Interesse an Nachrichten gekennzeichnet. Es werden insbesondere prestigeträchtige Medienangebote genutzt, z. B. die NZZ oder republik.ch, was diesem Typ auch dazu dient, den eigenen Status darzustellen. Die Nutzung von reputationsträchtigen Medien wird demnach genutzt, um sich von anderen abzuheben. «Intensivnutzer:innen» haben gleichzeitig ein ausgeprägtes Qualitätsbewusstsein hinsichtlich unterschiedlicher Medienangebote und sind bereit, für Nachrichten zu zahlen.

Die «Intensivnutzer:innen» machen 8,8% der Bevölkerung aus (vgl. Darstellung IX.4). Männer, höher Gebildete und Personen mit Migrationshintergrund sind bei den «Intensivnutzer:innen» übervertreten.

These 1a

Die **Wirkung** von Medien- bzw. Social-Media-Nutzung von Jugendlichen ist ambivalent.

Besonders aufschlussreiche Resultate zeigen sich für die Nutzungsdauer von Social Media. Diese ist **positiv mit der Diversität**, nicht aber mit der Nutzungsdauer korreliert. Wer also häufig Social Media auf dem Smartphone nutzt, hat ein **diverseres News-repertoire** als Personen mit geringerem Social-Media-Konsum.

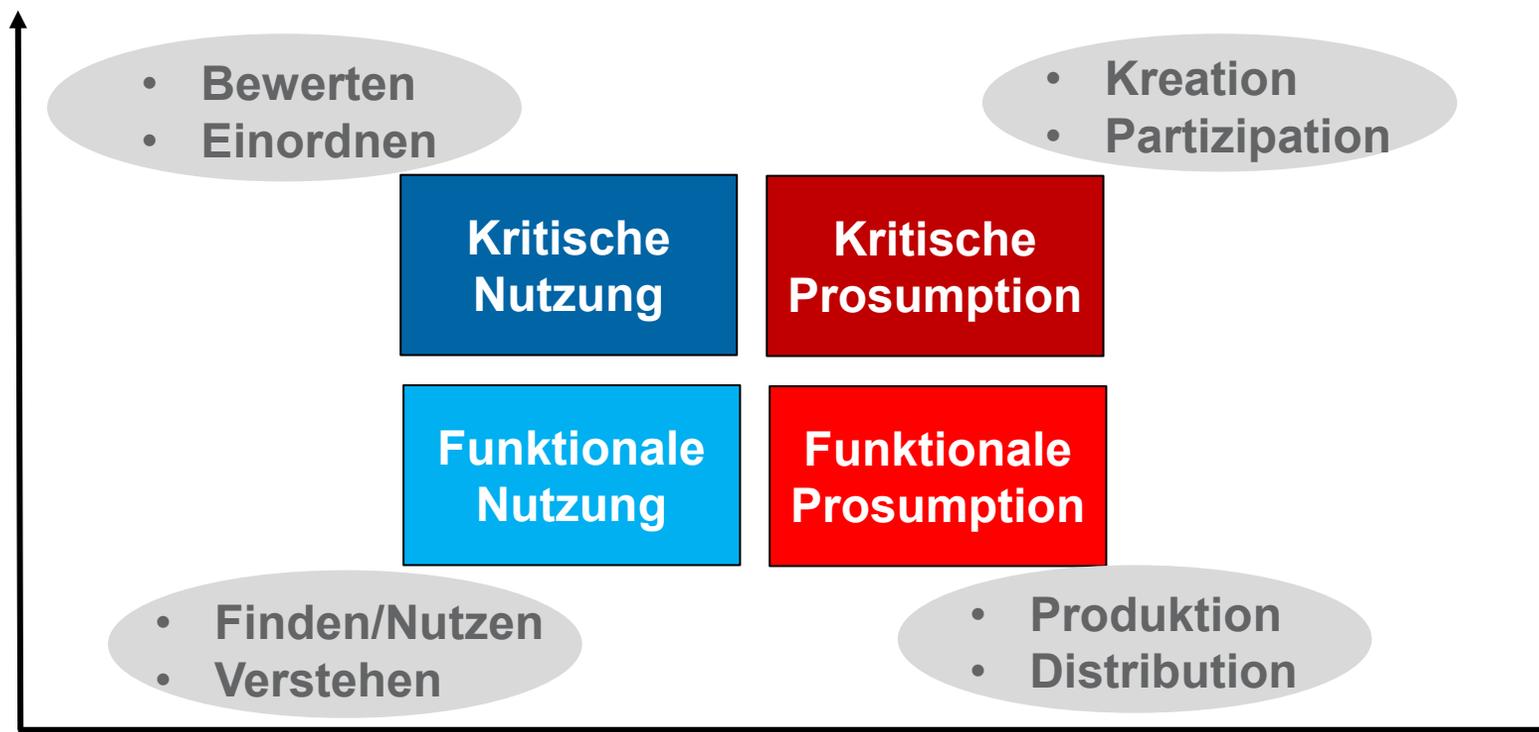
(...)

Diese Resultate stehen im Einklang mit internationaler Forschung, die höchstens schwache Medieneffekte nachgewiesen hat. Für die Social-Media-Nutzung wurden oft gar **negative Effekte auf das politische Wissen** nachgewiesen (Van Erkel & Van Aelst, 2021).

Unsere Studie konnte keinen signifikanten Zusammenhang zwischen der Social-Media-Nutzung und dem politischen Wissen nachweisen, weder einen positiven noch einen negativen.

These 2

Theorien und Modelle der Medienwissenschaft erlauben eine systematische, umfassende Übersicht.



These 2a

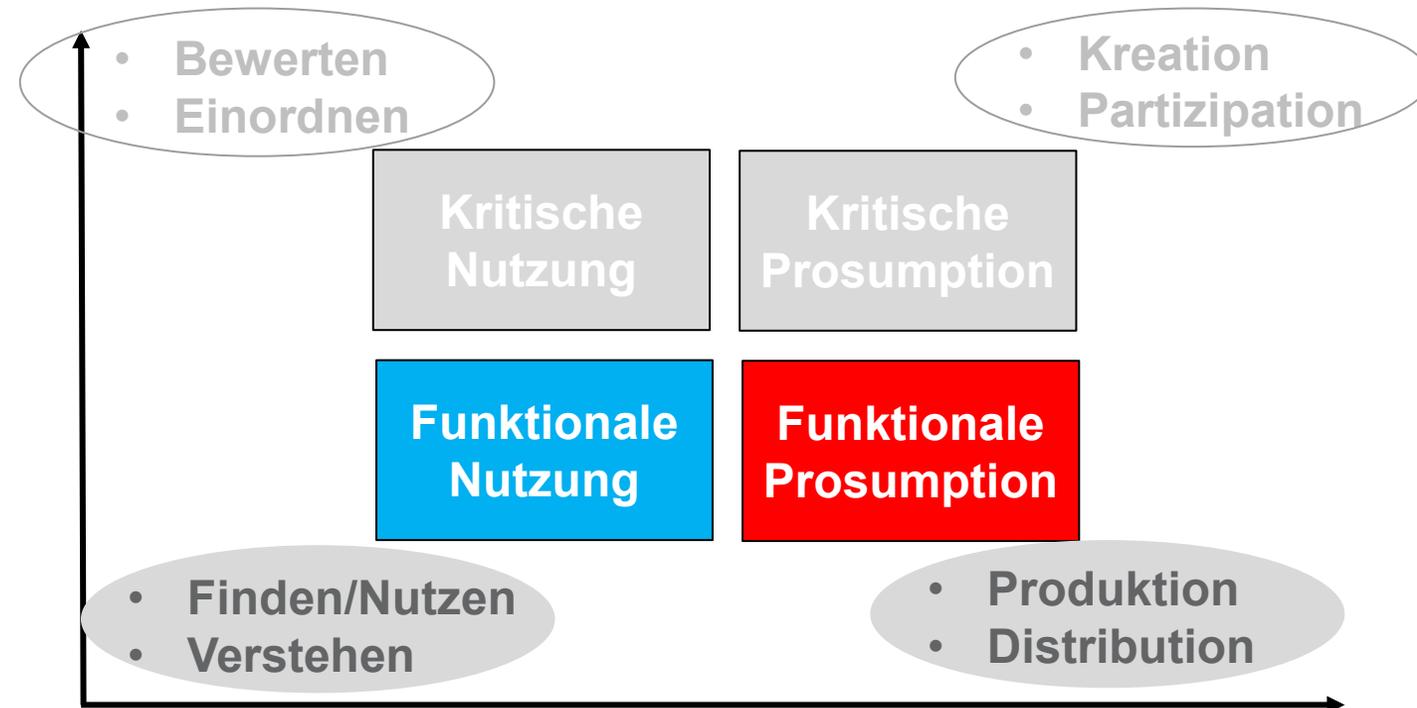
Jugendliche verfügen über digitale Fertigkeiten, haben aber Mühe mit komplexen Aufgaben wie Medienkritik.

Was Jugendliche können:

- Informationen finden und grundsätzlich verstehen
- Beiträge aus der eigenen Lebenswelt technisch produzieren und publizieren

Wo Jugendliche an Grenzen stossen:

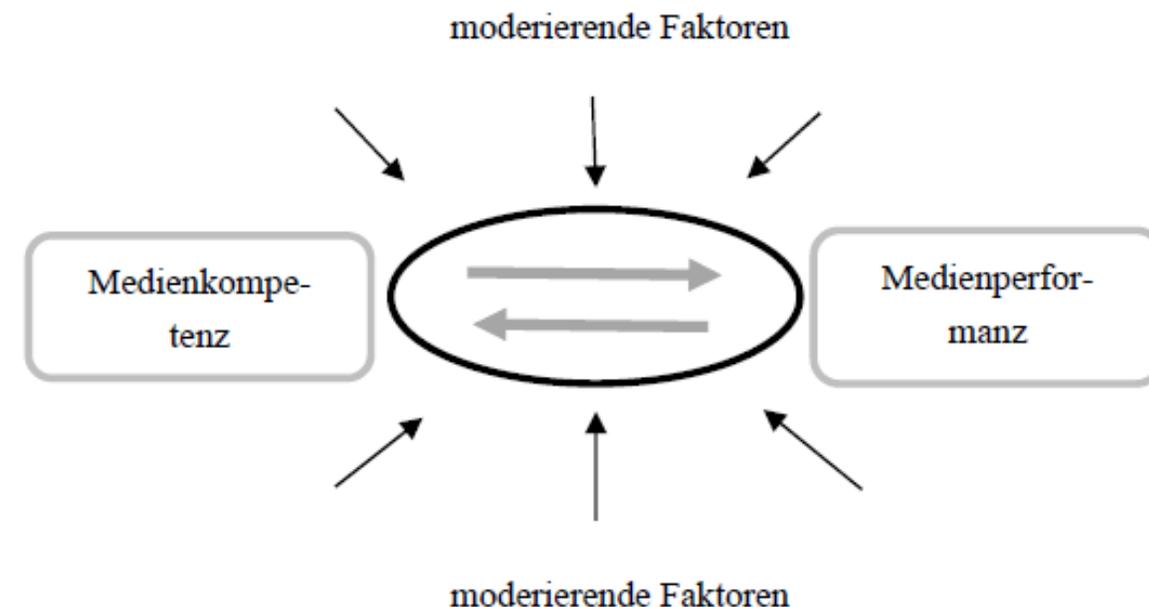
- Beiträge einordnen, Qualität erkennen, gezielt recherchieren
- Neue Formen produzieren, Folgen der Medienproduktion abschätzen



These 3 Medienkompetenz ist nicht gleich Medienperformanz.

„Medienperformanz (wie Medien genutzt werden) ist nicht ausschliesslich abhängig von der jeweiligen Kompetenz eines Individuums, sondern wird von zusätzlichen individuellen, sozialen und kulturellen Faktoren beeinflusst.« (Baacke 1980)

Abbildung 1: Verhältnis von Medienkompetenz und Medienperformanz
(Trültzsch-Wijnen, 2020 a, S. 292)

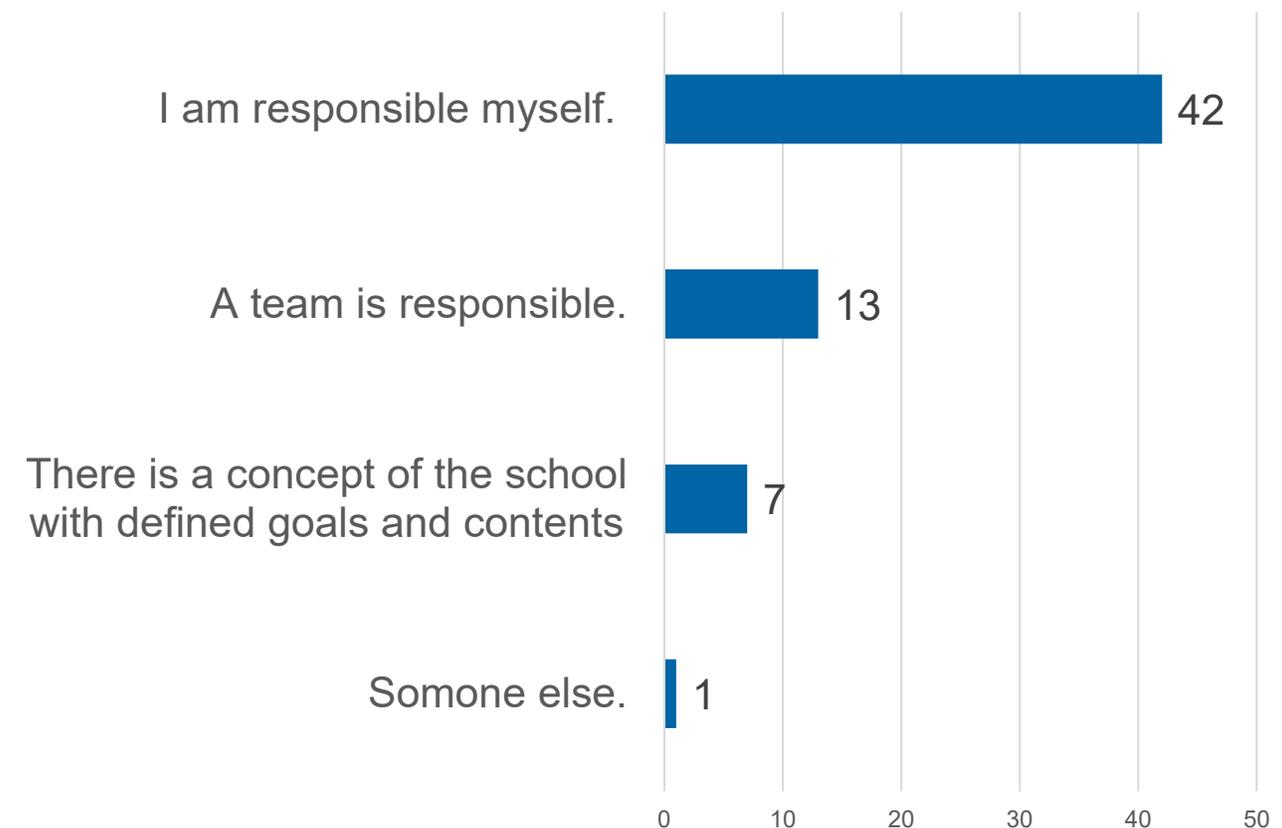


These 4

Vermittlung von Medienkompetenz auf Stufe Sek II erfolgt zufällig.

Name des Fachs	Nennungen
Deutsch	25
Geschichte	7
Informatik	4
Allgemeinbildender Unterricht (abu)	2
Philosophie	2
Medien & Informatik	1
Wirtschaft & Recht	1
Bildnerisches Gestalten	1
Pädagogik & Philosophie	1
Actualité	1
BWL, Marketing, Kommunikationspolitik	1
Medienwoche Deutsch (freiwillig)	1
Total Nennungen	47

n=55 participants, multiple answers possible, absolute numbers



Danke für Ihre Aufmerksamkeit!

