

1. EINLEITUNG

Die tiefgreifenden Veränderungen unserer Medienwelt und unserer Gesellschaft durch Digitalisierung, Social Media und Algorithmen haben unbestritten vielfältige Auswirkungen auf unsere Demokratien. Besonders wirkmächtig werden diese Veränderungen in der politischen Öffentlichkeit und der Nachrichtennutzung von Menschen. Zum einen bieten soziale Medien Menschen auch in repressiven Regimen die Möglichkeit, sich zu informieren, zu vernetzen und Proteste zu organisieren, zum anderen ermöglichen sie auch vielfältige Formen der gezielten Desinformation und Manipulation der öffentlichen Meinung sowie demokratischer Wahlen.

Demokratien brauchen informierte Bürger:innen, die sich über die medial vermittelte politische Öffentlichkeit regelmäßig über aktuelle Ereignisse informieren und dadurch politische Kompetenzen aufbauen (BARBER 2004). Die Auswirkungen von Social Media auf die Nachrichtennutzung von Bürger:innen sind jedoch weder theoretisch noch empirisch hinreichend erforscht. Theoretisch plausible problematische Entwicklungen, wie Echokammern, Zersplitterung des Publikums auf unzählige (unseriöse) Informationsquellen oder die Schwächung des gesellschaftlichen Zusammenhalts durch immer weniger gemeinsam wahrgenommene Themen, sind empirisch kaum oder nur unter spezifischen Umständen nachweisbar (DUBOIS/BLANK 2018).

Junge Menschen stehen besonders im Fokus, wenn es um mögliche negative Auswirkungen von Social Media auf ihre politische Information und Partizipation geht. Dies vor allem, weil Jugendliche bereits als *Social Natives* in dieses unübersichtliche Medienumfeld hineinwachsen und weil sie noch über weniger Orientierungswissen und politische Kompetenzen verfügen, um diese technisch bedingten Phänomene mündig einzuordnen und zu navigieren (HELDT 2022; HIPPE 2020; HUBACHER/WALDIS 2021).

Es scheint möglich und wahrscheinlich, dass es durch weitreichende Änderungen im Mediennutzungsverhalten und den unterschiedlichen Wahrnehmungen sozialer wie politischer Realität zwischen Alt und Jung zu einer wachsenden Kluft zwischen den Generationen kommt. Dieser Generationen-Gap unterscheidet sich wesentlich von früheren, da die Forschung zeigt, dass sich klassische Sozialisationsmechanismen zur Mediennutzung verändern und abschwächen (HENDRICKX 2024).

Trotz der Trendwende in der Mediennutzung und den gesellschaftlichen Verwerfungen, die sich dadurch ergeben könnten, fokussiert die entsprechende Forschung vor allem auf Erwachsene und ihre Nachrichtennutzung. Zur diesbezüglichen Praxis der Jugendlichen gibt es noch erhebliche Wissenslücken, obwohl sie sich in dieser Hinsicht stark von früheren Generationen unterscheiden (NEWMAN et al. 2024; LEMISH 2021).

Mit dieser Studie lege ich einen auf innovativen Methoden beruhenden umfassenden Befund zur Nachrichtennutzung von Jugendlichen in Österreich vor, um diese Lücken zu schließen. Damit leiste ich einen wesentlichen Beitrag zur Literatur über mögliche Fragmentierungstendenzen politischer Öffentlichkeiten sowie zur Forschung über die soziale Praxis der Nachrichtennutzung von Jugendlichen. Um dies zu tun, setzt sich die vorliegende Arbeit mit fünf ineinandergreifenden erkenntnisleitenden Fragen auseinander. Die erste und grundlegende Frage ist, wie Jugendliche das Konzept ›(aktuelle) Nachrichten‹ verstehen (Forschungsfrage FF1). Darauf aufbauend ist die zweite Frage, wie Jugendliche Nachrichten konsumieren (FF2). Die dritte Frage untersucht, welche Informationsquellen sie dabei nutzen (FF3). Die vierte und fünfte Frage sind schließlich wie viele und welche Themen sie tatsächlich konsumieren und wie stark diese mit den Themen traditioneller Nachrichtenmedien überlappen (FF4, FF5). In der von wachsender Spezialisierung gekennzeichneten Forschungswelt wird es immer schwieriger, ein Phänomen – in diesem Fall Nachrichtennutzung von Jugendlichen – aus unterschiedlichen Perspektiven in einer Publikation ganzheitlich zu betrachten und zu analysieren. Auch in dieser Hinsicht ist meine Studie daher ein relevanter Beitrag, der helfen kann, Zusammenhänge zu erkennen und weiterzudenken.

Mit einem innovativen *Mixed-Methods*-Forschungsdesign bearbeitete ich die vorgestellten Fragen von mehreren Seiten. Zur Erforschung der Nachrichtenverständnisse von Jugendlichen und ihrer Praxis der Nachrichtennutzung führte ich qualitative Einzel- und Gruppeninterviews mit 63 Jugendlichen und jungen Erwachsenen zwischen 13 und 20 Jahren. Dabei

verwendete ich *Foto-elicited-Interviews* und analysierte die *Think-Aloud*-Protokolle (ECCLES/ARSAL 2017). Die Jugendlichen bearbeiteten haptisches Impulsmaterial und verbalisierten währenddessen, wie und warum sie einen konkreten Inhalt als mehr oder weniger wichtige Nachricht einordnen.

Die Forschungsfragen 3, 4 und 5, welche Informationsquellen Jugendliche konkret nutzen, welche Themen sie wahrnehmen und inwiefern diese mit der medialen Berichterstattung überlappen, beantworte ich durch die Analyse einer innovativen *Mobile-Experience-Sampling* (MESM)-Studie, die ich mit der medialen Berichterstattung im Erhebungszeitraum von einer Woche im Juni 2023 vergleiche. Die Jugendlichen beantworteten mehrmals täglich *Nachrichtenprompts*, kurze Fragen per WhatsApp, und dokumentierten wahrgenommene Nachrichtenthemen und dafür verwendete Quellen. Durch die Anwendung dieser innovativen Methode (KAUFMANN/PEIL 2020) kann ich bisherige, teils widersprüchliche oder einseitige Erkenntnisse über jugendliche Nachrichtennutzung und ihre Nachrichtenagenden substantzieren und zeige einen Weg auf, wie diese künftig in einer umfassenden Form erforscht werden können.

Bisherige Forschung legt nahe, dass die Veränderungen des Nachrichtenkonsums Auswirkungen auf die Nachrichtenverständnisse von Jugendlichen haben (FF1; OHME et al. 2022). Daher erwarte ich, dass Jugendliche einen breiten, weniger klar abgegrenzten Nachrichtenbegriff (z. B. in Richtung Unterhaltung) haben. Meine Ergebnisse zeigen jedoch, dass sie ›(aktuelle) Nachrichten‹ sehr traditionell definieren: Sie formulieren klassische Kriterien, die den Nachrichtenwert eines Ereignisses bestimmen und assoziieren den Begriff mit traditionellen Formaten und wiedererkennbaren Marken.

Die Literatur zeigt weiters, dass Jugendliche vor allem beiläufig und vereinzelt Nachrichten konsumieren (FF2). Dies fördert eine *News-Find-Me*-Einstellung, die bewusste Nachrichtennutzung unwahrscheinlich macht (KÜMPEL 2020; GIL DE ZÚÑIGA/CHENG 2021). Daher erwarte ich für meine Analyse eine entsprechende *News-Find-Me*-Einstellung und wenig bewusste, zielgerichtete Nachrichtennutzung. Meine Ergebnisse bestätigen, dass Jugendliche großteils darauf vertrauen, dass sie über soziale Kontexte sowie über Social Media automatisch und ohne Aufwand informiert werden (*News Find Me*). Das Following von Nachrichtenmedien auf Instagram interpretieren sie als bewusste Nachrichtennutzung, wobei ihnen die Auswirkungen algorithmischer Personalisierung zu wenig bewusst sind. Sozialisa-

tionseffekte führen vor allem zum Aufbau eines (traditionell geprägten) Nachrichtenrepertoires, nicht aber zu routiniertem Nachrichtenkonsum.

Zu den Informationsquellen von Jugendlichen (FF3) zeigt die Forschung bisher, dass sie sich vor allem über Social Media informieren, wobei die konkret verwendeten Informationsquellen unklar bleiben (GADRINGER et al. 2024; NEWMAN et al. 2024; SAFERINTERNET 2024). Daher erwarte ich für meine Studie, dass Jugendliche auf Social Media Nachrichteninhalte von vielfältigen Social-Media-spezifischen Quellen wie Influencer:innen konsumieren, was zu einer Fragmentierung der verwendeten Informationsquellen (und zu einem breiteren Nachrichtenbegriff) beiträgt. Intermediäre dominieren demnach in ihrem Nachrichtenrepertoire. Überraschenderweise zeigen meine Ergebnisse, dass Jugendliche online fast ausschließlich auf Angebote traditioneller Nachrichtenmedien zurückgreifen, jedoch meist über Intermediäre vermittelt (*distributed news access*) (WOJCIESZAK et al. 2021). Eine Fragmentierung der Informationsquellen ist daher nicht erkennbar. Aufgrund des algorithmisch kuratierten Zugriffs auf bekannte Marken ist die Unterscheidung in ›traditionelle Medien‹ und ›soziale Medien‹ für die Erforschung der jugendlichen Nachrichtennutzung nicht mehr aussagekräftig, da diese in ihrer Wahrnehmung verschmelzen.

Zur Problematik einer möglichen Fragmentierung wahrgenommener Nachrichteninhalte (FF4) bzw. Themenhorizonte und Überlappung mit der medialen Agenda (FF5) gibt es in der Forschung widersprüchliche Erkenntnisse: Zum einen kann die Diversifizierung der Nachrichtenrepertoires eine gemeinsame Nachrichtenagenda schwächen (CARDENAL/GALAIS/MAJÓ-VÁZQUEZ 2019), zum anderen zeigen Studien, dass Intermediäre im Gegenteil die Agenda-Setting-Funktion von Nachrichtenmedien reproduzieren und stärken können (SCHRAPE 2022). Daher erwarte ich für meine Ergebnisse, dass zwar keine relevante Fragmentierung der wahrgenommenen Themen messbar ist, dass aber insgesamt nur wenige Themen bei den Jugendlichen ankommen. Mit steigendem Alter und politischem Interesse sollte die Intensität der Nachrichtennutzung steigen. Tatsächlich zeigen meine Ergebnisse, dass die Themenhorizonte der Jugendlichen sich eng mit der medialen Agenda überschneiden, dass aber insgesamt relativ wenige Themen von den Jugendlichen wahrgenommen werden, und dies teils mit erheblicher Verspätung von bis zu mehreren Wochen.

Tabelle 1 (Seite 20) fasst alle Elemente des Forschungsdesigns sowie die wesentlichen Ergebnisse der vorliegenden Studie zusammen.

Die vorliegende Studie leistet sowohl Beiträge zur Forschung über Nachrichtennutzung als auch zur Forschung über Fragmentierung von Öffentlichkeiten. Die *theoretische und empirische Relevanz* meiner Forschung ergibt sich daraus, dass Jugendliche eine wenig erforschte und schwierig zu erforschende Gruppe von Bürger:innen sind (*hard to reach*; HEISS/KNOLL/MATTHES 2019). Einblicke in ihre Praxis der Nachrichtennutzung als Grundlage für politische Partizipation sind daher dringend erforderlich. Diese Auseinandersetzung wird in der Forschung immer wieder eingefordert, jedoch selten umgesetzt (DE LEYN et al. 2021; LEMISH 2021; EDGERLY/VRAGA 2020; TAMBOER/KLEEMANS/DAALMANS 2020). Für Österreich gibt es diesbezüglich noch keine umfassenden Erkenntnisse. Die *gesellschaftliche Relevanz* meiner Forschung ergibt sich daraus, dass Erkenntnisse über Interessen und Bedürfnisse junger Bürger:innen in Bezug auf politische Information und wie sie als Publikum erreicht werden können für politische Akteur:innen, Medienschaffende und Pädagog:innen gleichermaßen von Bedeutung sind. Österreich ist hier aufgrund des geringeren Wahlalters von 16 Jahren ein besonders spannender Fall. Jugendliche sind hier nicht nur aus Sicht der Sozialisationsforschung eine relevante Zielgruppe, sondern auch bereits als aktive Bürger:innen. In *methodischer Hinsicht* zeigt meine Studie, dass ein *Mixed-Methods-Ansatz*, der qualitative und quantitative Methoden kombiniert, gut geeignet ist, das schwer zu erforschende Konzept (*hard to research*) der wahrgenommenen Nachrichtenthemen zu erfassen und zu analysieren. Mein Beitrag liegt also auch darin, eine innovative Herangehensweise für künftige Studien in diesem Feld aufzuzeigen und Vor- und Nachteile zu diskutieren.

Meine Ergebnisse sind für eine konstruktive Weiterentwicklung und *Stärkung politischer und Medienbildung* zentral. Jugendliche sind zwar prinzipiell mit Methoden zum kritischen Umgang mit Informationen und Quellen ausgestattet, wenden diese aber äußerst selektiv und oberflächlich an (EDGERLY et al. 2020; OELDORF-HIRSCH/NEUBAUM 2023). Auf Basis meiner Ergebnisse formuliere ich Handlungsempfehlungen, wie bildungspolitische Interventionen weiterentwickelt werden können, um Vertrauen in seriöse Informationsquellen wiederherzustellen, damit Jugendliche nicht in fatalistische oder zynische Einstellungen kippen, die zu prinzipieller Nachrichtenvermeidung führen könnten (SWART 2023).

TABELLE 1

Überblick über das Forschungsdesign der Studie

Forschungsfragen	Erwartete Ergebnisse/Hypothesen	Methoden und Daten	Ergebnisse
Wie verstehen Jugendliche das Konzept »(aktuelle) Nachrichten«?	Forschung legt nahe, dass die Nachrichtenverständnisse von Jugendlichen sich verändern (Ohme et al. 2022). H1: Nachrichtenverständnisse von Jugendlichen unterscheiden sich wesentlich von wissenschaftlichen Nachrichtendefinitionen.	Induktive und deduktive Analyse der qualitativen Einzel- und Gruppeninterviews, des Impulsmaterials Nachrichtenwert und <i>Think-Aloud</i> -Protokolle	Jugendliche formulieren klassische Nachrichtenwert-Kriterien. Starke Assoziationen mit traditionellen Formaten und wiedererkennbaren Marken.
Wie beschreiben Jugendliche ihre Praxis der Nachrichten-nutzung?	Forschung zeigt vereinzelte beiläufige Nachrichtennutzung und <i>News-Find-Me</i> -Einstellung (Kümpel 2020). H2: Jugendliche zeigen sich stark verunsichert über Wahrheitsgehalt und Vertrauenswürdigkeit von Medieninhalten. H3: Soziale Kontexte üben Sozialisationsfunktion zur habituellen Nachrichtennutzung aus. H4: Jugendliche erwarten, wichtige aktuelle Ereignisse automatisch »mitzubekommen« (<i>News Find Me</i>). H5: Jugendliche kuratieren ihre Social-Media-Feeds durch Following von Medien.	Induktive und deduktive Analyse der <i>Day-in-a-life</i> -Interviews, sowie der qualitativen Einzel- und Gruppeninterviews	Jugendliche möchten ohne Aufwand, aber fundiert über wichtige Themen informiert werden. Following wird als Nachrichtennutzung interpretiert. Auswirkungen algorithmischer Personalisierung sind kaum bewusst. Sozialisationseffekte führen zum Aufbau eines Nachrichtenrepertoires.
Welche Informationsquellen verwenden Jugendliche für ihren Nachrichtenkonsum?	Forschung zeigt, dass Jugendliche sich vor allem über Social Media informieren (Newman et al. 2024), die konkreten Quellen sind dabei unklar. H6: Social-Media-spezifische Quellen überwiegen. H7: Intermediäre dominieren im Nachrichtenrepertoire. H8: Jugendliche haben ein traditionelles Nachrichtenrepertoire, Zugriff über Intermediäre (<i>distributed news access</i>).	Induktive und deduktive Analyse der Interviews, Impulsmaterial Informationsquellen und <i>Think-Aloud</i> -Protokolle; Analyse des Einstiegsurveys des MESM und der Nachrichtenprompts	Jugendliche nutzen Social-Media-Accounts von traditionellen Nachrichtenmedien. Eine Fragmentierung der Informationsquellen ist nicht erkennbar.

Forschungsfragen	Erwartete Ergebnisse/Hypothesen	Methoden und Daten	Ergebnisse
Welche Nachrichtenthemen nehmen Jugendliche wahr? Wie stark überschneiden sich die Themenhorizonte der Jugendlichen mit der medialen Agenda?	Forschung zeigt, dass Diversifizierung der Nachrichtentopiques zu Fragmentierung der Themenhorizonte beiträgt (Cardenal/Galais/Majó-Vázquez 2019); gleichzeitig replizieren Intermediäre Agenden von Nachrichtenmedien (Schrape 2022). H10/11: Jugendliche nehmen wenige Nachrichtenthemen wahr, <i>soft news</i> dominieren. H12: Demografische Merkmale beeinflussen Intensität der Nachrichtennutzung. H13: Fragmentierung der Themenhorizonte ist unwahrscheinlich.	Vergleichende Analyse der MESM-Daten (Nachrichtentopiques) und der medialen Berichterstattung (Mediendatensatz)	Themenhorizonte überlappen stark, Nachrichtenthemen kommen selten und verspätet an. Klassische demografische Faktoren haben schwachen Einfluss auf die Nachrichtennutzung.

Die vorliegende Studie ist wie folgt gegliedert: In Kapitel 2 gebe ich einen Überblick über den aktuellen Forschungsstand, identifiziere wichtige Lücken in der Literatur und zeige, inwiefern ich zum Schließen dieser Lücken beitrage. Kapitel 3 legt den theoretischen Rahmen meiner Arbeit dar, ich formuliere meine Forschungsfragen und erwartete Ergebnisse der Analyse. Kapitel 4 erläutert das Forschungsdesign und die verwendeten Methoden und zeigt auf, warum dieses innovative *Mixed-Methods*-Forschungsdesign geeignet ist, neue Erkenntnisse zu liefern. Die Kapitel 5 bis 8 beantworten jeweils eine Forschungsfrage, fassen die Ergebnisse meiner Analysen zusammen und betten sie in die bestehende Forschung ein. Das abschließende Kapitel 9 leistet eine Zusammenfassung der zentralen Ergebnisse, arbeitet den Beitrag meiner Analyse zum Forschungsfeld heraus und entwickelt Handlungsempfehlungen für die politische Bildung, wie auf die resultierenden Herausforderungen in der Bildungspraxis reagiert werden kann.

2. STAND DER FORSCHUNG

Die Forschungslandschaft zu dem großen Themenkomplex Digitalisierung bzw. Algorithmisierung und seine vielfältigen Auswirkungen auf Demokratie, konkreter demokratische Öffentlichkeit (strukturelle Ebene) und seinen Auswirkungen auf die Praxis der Nachrichtennutzung von Bürger:innen (individuelle Ebene) bzw. mögliche Fragmentierungstendenzen auf einer dieser beiden Ebenen, ist inzwischen beinahe unüberblickbar. Im folgenden Kapitel gebe ich einen zusammenfassenden Überblick über die Bereiche der Forschung, die für diese Studie und für die Beantwortung meiner Forschungsfragen relevant sind.

Die Auswirkungen des digitalisierten *High-Choice*-Medienumfelds auf Nachrichtenverständnisse von Nutzer:innen und auf die allgemeine Praxis der Nachrichtennutzung, vor allem auch bei jüngeren Erwachsenen sind bereits intensiv erforscht. Hier geht es um die Frage, was wir über die individuellen ›Empfänger:innen‹ von medialen Botschaften, die Bürger:innen bzw. das ›Publikum‹ wissen. Mein Beitrag zu diesem Feld liegt darin, dass ich durch mein *Mixed-Methods*-Forschungsdesign tiefere Erkenntnisse über die Verständnisse des Nachrichtenbegriffs sowie die gelebte Praxis der politischen Information von Jugendlichen in Österreich erreiche. Außergewöhnlich ist hier, dass die vorliegende Studie bereits 13-Jährige in den Blick nimmt, und nicht (wie international häufig der Fall) erst mit Erreichen des aktiven Wahlalters die Menschen als Bürger:innen und somit für die Forschung relevante Subjekte versteht.

Auf struktureller Ebene zeigen einige Studien, die sich auf die Medien (als Sender von Informationen) und ihre Funktionen fokussieren bisher, dass die Agenda-Setting-Macht traditioneller Nachrichtenmedien trotz der vielfältigen Veränderungen recht stabil ist bzw. teils sogar verstärkt wird, weil Intermediäre aus ihren Angeboten auswählen. Wenn es um die

Verknüpfung zwischen Sender und Empfänger in der politischen Öffentlichkeit geht, also um mögliche Differenzierung oder Fragmentierung dieser politischen Öffentlichkeit(en), und inwiefern Medien weiterhin in der Lage sind, eine gemeinsame öffentliche Agenda zu setzen und an die Mehrheit der Bürger:innen zu transportieren, dann wird die Forschungslage dünner und schwieriger zu interpretieren.

So haben wir bisher nur wenig empirisches Wissen darüber, inwiefern die wahrgenommenen Nachrichteninhalte in der politischen Öffentlichkeit überlappen: einerseits zwischen medialer Agenda und Bürger:innen; andererseits zwischen verschiedenen Gruppen von Bürger:innen (bspw. entlang von Altersgrenzen, entlang von unterschiedlichen genutzten Informationsrepertoires). Dies ist der Forschungsbereich, zu dem ich am meisten beitragen möchte mit dieser Pilotstudie, die ein innovatives und erweiterungsfähiges Forschungsdesign vorstellt, um auf eben diese Inhalte der wahrgenommenen Themenhorizonte zugreifen zu können. Letztlich ist für das Funktionieren demokratischer Öffentlichkeiten relevanter, ob Bürger:innen sich über die gleichen *Themen* informieren, nicht ob sie das über die gleichen *Quellen* tun.

2.1 Vorstellungen zu und Nutzung von Nachrichten im 21. Jahrhundert

Zunächst blicken wir auf die Forschung dazu, welche Auswirkungen das digitalisierte und algorithmisierte Medienumfeld auf das jugendliche Verständnis des Konzepts (aktueller) Nachrichten, sowie auf deren Praxis der Nachrichtennutzung bzw. politischer Information hat. Der Fokus liegt also zunächst auf der individuellen Ebene: Auswirkungen des drastisch veränderten Mediensystems auf individuelle Verständnisse und Handlungsweisen.

2.1.1 *Veränderte Nachrichtenwelt – verändertes Nachrichtenverständnis?*

Die vielfältigen Veränderungen der Medien- und somit auch der Nachrichtenwelt warfen die Frage auf, inwiefern dies auch zu einem veränderten Verständnis des Nachrichtenkonzepts führt. Besonders zugespitzt

formulieren Ohme et al. (2022) in einem Aufsatz, dass das Genre ›Nachrichten‹ eventuell zu einem Ende gekommen sei, was sich jedoch aus dem derzeitigen Forschungsstand nicht eindeutig ableiten lässt.

Traditionelle Definitionen des Nachrichtenbegriffs aus dem Journalismus bzw. der Kommunikationswissenschaft haben bestimmte Kriterien festgelegt und mit der Zeit weiterentwickelt, anhand derer der Nachrichtenwert eines Ereignisses bestimmt wird. Wichtige Faktoren sind hier (geografische oder persönliche) Nähe, Aktualität, Reichweite bzw. Betroffenheit vieler Menschen, gesellschaftliche Bedeutung eines Themas oder Ereignisses, Konfliktivität, Drama, Beteiligung berühmter bzw. einflussreicher Persönlichkeiten oder Staaten (GALTUNG/RUGE 1965; HARCUP/O’NEILL 2017; MAIER/STENGEL/MARSCHALL 2010). Die Forschung zeigte in den letzten Jahrzehnten, dass das Medium bzw. das Format (z. B. Fernsehen, Radio, Print, Online) auch die jeweiligen Kriterien für Nachrichtenwert beeinflussen, ebenso wie das vorgestellte Publikum (KLINGER/KREISS/MUTSVAIRO 2024: 25). Insofern erscheint es naheliegend, dass die Digitalisierung der Medienwelt, und vor allem die Bedeutung von Social Media gerade für Jugendliche und junge Erwachsene nicht nur die Praxis der politischen Information (s. Kapitel 2.1.2), sondern auch das Verständnis des Begriffs an sich verändern (könnten).

Diese Erwartungshaltung wird durch die jüngere Forschung jedoch nur bedingt bestätigt. So zeigen Studien mit Jugendlichen und jungen Erwachsenen in unterschiedlichen nationalen Kontexten zwar erhebliche Unterschiede in der Praxis der Nachrichtennutzung, vor allem was die habituelle Nutzung und die konkret verwendeten Formate betrifft, jedoch scheinen die zentralen Kriterien, an denen Jugendliche einen Inhalt als Nachricht einordnen, sich nicht dramatisch verändert zu haben: So zeigt bspw. Hendrickx in seiner Studie mit belgischen Jugendlichen, dass klassische Kriterien wie Aktualität, Dramatik, Negativität, Reichweite und politische Relevanz eines Ereignisses wichtig sind (HENDRICKX 2024). Dabei zeigt sich auch eine wachsende Diskrepanz zwischen dem theoretischen bzw. normativ geprägten Verständnis davon, was Nachrichten sind bzw. sein sollen einerseits, und der eigenen Praxis und Wahrnehmung von Nachrichteninhalten andererseits (SWART/BROERSMA 2023). Konkret meint dies, dass Jugendliche und junge Menschen häufig eine normativ geprägte Vorstellung davon haben, dass Zeitunglesen und Fernsehnachrichtenschauen wichtig seien, um sich als Bürger:innen zu informieren, während sie selbst zunehmend online Artikel lesen, YouTube-Videos sehen

oder sich über Social Media informieren. Teils führt dies dazu, dass junge Menschen die Inhalte, die sie selbst über Social-Media-Plattformen wahrnehmen, nicht als ›echte‹ oder ›richtige‹ Nachrichten einschätzen, weil sie nicht dem traditionellen Bild von Nachrichten bzw. Nachrichtenformaten und Quellen wie Zeitungen oder TV-Sendungen entsprechen (SVENINGSSON 2015). Insofern erscheint der Befund eines weniger klar umrissenen Nachrichtenbegriffs, der zunehmend mit Unterhaltungsformaten verschwimmt, zutreffend. Edgerly und Vraga haben hier das Konzept der ›Newsness‹ geprägt, welches meint, dass einzelne Quellen oder Inhalte abhängig vom Thema, dem Kontext, individuellen Interesse etc. als mehr oder weniger ›nachrichtenmäßig‹ wahrgenommen werden. Nachrichten seien demnach im aktuellen Mediensystem bzw. aus Sicht heutiger (vor allem junger) Nutzer:innen kein klar umrissenes Konzept bzw. Format, sondern eher ein Kontinuum, auf dem einzelne Personen einzelne Inhalte oder Quellen flexibel und intuitiv verorten (EDGERLY/VRAGA 2020).

Bei genauem Hinsehen aber wird deutlich, dass auch für jüngere Bürger:innen traditionelle Konventionen und Formate von Nachrichten, wie etwa professionelle (journalistische) Recherche, Expertise und Reputation der Quelle, bestimmte Formate wie Zeitungen oder TV-Formate einerseits, und andererseits klassische Nachrichtenwertkriterien wie Aktualität, Betroffenheit, Relevanz, Nähe oder Negativität wichtige Elemente des Nachrichtenverständnisses sind (s. Überblick bei KÜMPEL 2020). Dennoch haben auch neuere, Social-Media-spezifische Hinweise auf die Seriosität oder die Bedeutung eines Inhalts Eingang gefunden in die Vorstellungen von jungen Menschen, wie etwa blaue Häkchen zur Verifizierung eines (Nachrichten)Accounts, die Anzahl von Interaktionen eines Accounts oder Postings, oder auch die Bewertungen eines Inhalts in den darunter stehenden Kommentaren (EDGERLY/VRAGA 2019).

Die vorliegende Forschung deutet also darauf hin, dass die veränderte Nachrichtenwelt sehr wohl Einfluss auf die Vorstellungen von jungen Menschen vom Konzept ›Nachrichten‹ haben und dass diese tendenziell breiter und offener, und somit weniger klar zu anderen Genres abgegrenzt sind (etwa hin zu Unterhaltung oder Meinungsbildung); andererseits haben die Sozialisierung aus dem Elternhaus hin zu bestimmten Formaten und Praxen der Nachrichtennutzung, schulische Bildungsmaßnahmen und die eigenen Einschätzungen bzgl. Seriosität, Vertrauenswürdigkeit und Relevanz von Inhalten weiterhin einen großen Einfluss auf die jugendlichen Nachrichtenverständnisse im Sinne traditioneller Nachrichtenwert-

Kriterien und Nachrichtenformate. Bezugnehmend auf dieses Forschungsfeld lautet meine erste Forschungsfrage in dieser Studie: Wie verstehen Jugendliche das Konzept ›(aktuelle) Nachrichten‹? Die vorliegende Studie ist die erste, die sich mit den Nachrichtenverständnissen österreichischer Jugendlicher und junger Erwachsener auseinandersetzt und trägt daher zur Schließung einer wesentlichen Lücke in der Literatur bei.

2.1.2 *Bewusste oder zufällige Nachrichtennutzung?*

Die stark veränderte digitale und algorithmisch personalisierte Medienwelt wirft auch die Frage auf, inwiefern sich die Praxis der politischen Information bzw. Nachrichtennutzung dadurch verändert. Umfragen zeigen regelmäßig, dass ältere Erwachsene sich (auch) über traditionelle Nachrichtenmedien wie Printzeitungen, Fernsehnachrichten, Radioprogramme oder Websites von Nachrichtenmedien gezielt und bewusst informieren, wohingegen die jüngeren Bevölkerungsgruppen immer weniger bewusst und habituell Nachrichten konsumieren (GADRINGER et al. 2025; KÜMPEL 2020; NEWMAN et al. 2025; SAFERINTERNET 2025; YANARDAĞOĞLU 2021). Doch was genau wissen wir über die Auswirkungen von Algorithmen auf die Qualität sowie Quantität der Nachrichtennutzung? Und was wissen wir hier vor allem über Jugendliche und junge Erwachsene, die davon am meisten betroffen sind? Die vorliegende Studie bearbeitet in diesem Kontext die Forschungsfrage 2: Wie beschreiben Jugendliche ihre Praxis der Nachrichtennutzung?

Die Literatur teilt sich hier in drei Forschungsstränge, die ich im Folgenden kurz skizziere: Zum einen fragen Studien danach, inwiefern Online- bzw. Social-Media-Nachrichtennutzung habituellen und bewussten Nachrichtenkonsum untergräbt (Kapitel 2.1.2); zum anderen wird die durch Social-Media-Nutzung begünstigte Einstellung erforscht, wichtige Nachrichten würden schon irgendwie den Weg zu einem finden (*News Find Me*) und welche Auswirkungen dies hat (Kapitel 2.1.3); als dritter für diese Studie relevanter Bereich ist Forschung zu *Political Talk* als Informationsquelle vor allem für jüngere Bürger:innen zu nennen (Kapitel 2.1.4), also Alltagsgespräche über politische Themen oder Ereignisse als Form der politischen Information und Teil des individuellen Meinungsbildungsprozesses.

Eine zentrale Erkenntnis aus der umfangreichen empirischen Forschung zur Praxis der Nachrichtennutzung ist, dass Nach-

richtennutzung online vorwiegend ›zufällig‹ und ›nebenbei‹, also inzidental und weniger habituell erfolgt (PARK/KAYE 2020; CATALINA-GARCÍA/GARCÍA-JIMENEZ/PANIAGUA-SANTAMARÍA 2021; BOCZKOWSKI/MITCHELSTEIN/MATASSI 2018; KÜMPEL 2020, 2019). Die Menschen sind täglich auf unzähligen Kanälen und in den verschiedensten sozialen Kontexten mit Nachrichteninhalten konfrontiert, sei es über Nachrichtenaggregatoren, die auf Browserstartseiten und Smartphones vorinstalliert sind, sei es über vereinzelte Nachrichtenpostings, die den User:innen auf ihren Social-Media-Feeds angezeigt werden oder über die Online-Suche. Das Einfügen der politischen Information in den sozialen Alltag, die Praktikabilität in kurzen Zeiträumen der Langeweile oder des Leerlaufs (bspw. während einer Busfahrt) ist dabei ein wichtiger Faktor: Nachrichten werden vorwiegend dann konsumiert, wenn es gerade passt, nicht wenn im Fernsehen die Abendnachrichten laufen (KÜMPEL 2020; COSTERA MEIJER/GROOT KORMELINK 2015). Dies zieht einen verminderten Stellenwert bewusster und fokussierter Nachrichtennutzung für Bürger:innen nach sich und reduziert den Lerneffekt.

Ein gut belegter Effekt ist die Vereinzelung von Nachrichtennutzung durch verstärkten Online-Konsum: Während man in traditionellen Nachrichtenmedien mit einem Set an relevanten Themen konfrontiert wird, die durch journalistische Gatekeeper als besonders salient eingeschätzt werden, und die gleichzeitig innerhalb des größeren Programms eine Einordnung nach Aktualität, Relevanz und anderen Nachrichtenkriterien erfährt (bspw. durch die Reihung der Themen oder Länge eines Artikels), werden über Intermediäre nur einzelne, isolierte Themen angezeigt, die ohne die entsprechende Einordnung in ein größeres Ganzes daherkommen. In der Forschung wird daher von einem Kollaps der epistemischen Hierarchie von Nachrichteninhalten und einer steigenden *information cacophony* gesprochen (COTTER/THORSON 2022). Besonders für Menschen, die insgesamt weniger Nachrichten nutzen und somit über weniger Kontextwissen verfügen, kann die Einordnung dieses einzelnen, gerade online wahrgenommenen Themas herausfordernd sein. Dies würde besonders auf Jugendliche und junge Erwachsene zutreffen, da sie weniger ›geübte‹ Nachrichtennutzer:innen sind und ihnen häufig historisches und politisches Kontextwissen fehlt.

Für diese Art der vereinzelten, beiläufigen und dadurch weniger intensiven Nachrichtennutzung wurden unterschiedliche Begrifflichkeiten entwickelt, etwa *snacking*, *checking* oder *monitoring*, die sich darauf beziehen, dass die User:innen sich damit begnügen, sich über die größten Themen

auf dem Laufenden zu halten, sich aber nur äußerst selektiv zu einzelnen interessanten Themen vertiefen (COSTERA MEIJER/GROOT KORMELINK 2015). Gadringer und Kolleg:innen verwenden hierfür den Begriff der ›Schlagzeilen-Folger:innen‹ (GADRINGER et al. 2024).

In diesem Zusammenhang stellt sich auch die Frage nach einer möglichen Veränderung bzw. Abschwächung des Sozialisationseffekts familiärer Nachrichtennutzung, wenn diese weniger sichtbar stattfindet (weil sich auch die Eltern auf dem Smartphone informieren), oder weil die Entwicklung von habitueller, bewusster Nachrichtennutzung bei jüngeren Generationen schwächer werden könnte (ABENDSCHÖN 2013a; EKSTRÖM 2016; EDGERLY et al. 2018; YORK/SCHOLL 2015; THORSON/XU/EDGERLY 2018). Die vorliegenden Ergebnisse bestätigen zum einen die unverändert große Bedeutung der familiären wie schulischen Sozialisation für die Entwicklung von politischem Interesse und späterer Partizipation, als auch für die Nachrichtennutzung an sich (ABENDSCHÖN 2013b; EKSTRÖM/OLSSON/SHEHATA 2014; QUINTELIER 2013). Andererseits deuten Studien darauf, dass diese Sozialisation nicht mehr so stark auf die Entwicklung einer routinierten, regelmäßigen Nachrichtennutzung wirkt (*news as a habit*), sondern eher für die Ausbildung eines Nachrichtenrepertoires aus bekannten und vertrauenswürdigen Medien, die als Orientierungspunkte im Überangebot von (nicht verifizierten) Informationen genutzt werden (HENDRICKX 2024; COSTERA MEIJER 2007).

2.1.3 News Find Me – *oder auch nicht*

Aus dieser zufälligen und beiläufigen Nachrichtennutzung via Social Media folgt eine inzwischen gut erforschte Veränderung der Einstellungen gegenüber Nachrichtennutzung, die sogenannte ›News-Find-Me-Einstellung‹. Wie Gil de Zúñiga und Cheng in einem Überblickstext argumentieren, werden Social-Media-Nutzer:innen in ihren Feeds ständig mit verschiedenen Arten von Informationen konfrontiert, darunter auch Nachrichteninhalte. Diese Informationsflut führt zu dem Glauben, dass man über die politische Welt bereits gut informiert sei, man müsste sich nicht mehr aktiv informieren. Wirklich relevante Neuigkeiten würden ohnehin den Weg zu einem finden, was schwerwiegende Nachteile für den tatsächlichen Informationsstand haben kann (GIL DE ZÚÑIGA/CHENG 2021).

Menschen mit dieser *News-Find-Me*-Einstellung sind zu unterscheiden von Menschen, die Nachrichten vermeiden bzw. sehr selten konsumieren (*news avoiders*; EDGERLY 2022). Dieses Phänomen ist vor allem mit dem Einsetzen der Corona-Pandemie vermehrt in den Fokus des öffentlichen Diskurses und der Forschung gerückt (SHARMA/MEENA 2025) und wird definiert als »low news consumption over a continuous period of time caused either by a dislike for news (intentional) or a higher preference for other content (unintentional)« (SKOVSGAARD/ANDERSEN 2020: 463). Die Operationalisierung von Nachrichtenvermeidung reicht in der Forschung von der bewussten Selbstbeschreibung als solche, über die Definition als kontinuierliche geringe Nachrichtennutzung (z. B. weniger als einmal die Woche) bis hin zum Vergleich der Intensität des Nachrichtenkonsums zwischen Individuen (s. Überblick bei AHARONI/KLIGLER-VILENCHIK/TENENBOIM-WEINBLATT 2021; TOFF/KALOGEROPOULOS 2020). Unbewusste bzw. unabsichtliche Nachrichtenvermeidung wird demnach so verstanden, dass Menschen stärkere Präferenzen für andere Inhaltsarten haben, bspw. Unterhaltung, weswegen sie sich bei entsprechender Auswahlmöglichkeit selten für Nachrichteninhalte entscheiden (SKOVSGAARD/ANDERSEN 2020: 465). Als wichtigste Gründe für aktive Nachrichtenvermeidung identifiziert die Literatur ein konstantes Überangebot an Informationen online sowie die Dominanz negativer Nachrichten. Bezüglich der Faktoren, die Vermeidungsverhalten begünstigen, wie etwa Alter, Geschlecht, formale Bildung, Weltsicht etc. sind empirische Ergebnisse bisher widersprüchlich (SHARMA/MEENA 2025).

Ein wesentlicher Unterschied zwischen den beiden Phänomenen *news avoidance* und *News Find Me* ist demnach die Intention bzw. Bewusstheit über die Nicht-Nutzung: Während bei der Vermeidung bewusst einzelne Themen, Formate bzw. Nachrichten längerfristig gemieden werden, herrscht im zweiten Fall die Selbstwahrnehmung vor, man sei durch das mediale und soziale Umfeld bereits hinreichend gut informiert, weshalb eine weitere bewusste politische Information nicht mehr notwendig wäre. Dieser Unterschied ist für die vorliegende Untersuchung relevant, wie die folgenden Kapitel zeigen werden.

Neben einem gewissen Vertrauen auf Intermediäre, dass sie ihnen relevante Neuigkeiten anzeigen würden, setzen Menschen mit einer *News-Find-Me*-Einstellung auch auf ihr soziales Umfeld (sei es analog oder soziale Kontakte auf Social Media), das ebenfalls Nachrichtenthemen teilt und somit ebenfalls zu einer beiläufigen Information beiträgt (BOCZKOWSKI/MITCHELSTEIN/MATASSI 2018). Daraus resultiert

häufig die (rational erscheinende) Annahme, dass aktiver und bewusster Nachrichtenkonsum nicht mehr nötig sei, weil man die wichtigsten Themen schon mitbekommen habe (OELDORF-HIRSCH/SRINIVASAN 2021). *News-Find-Me*-Einstellungen sind also mit einer geringeren Bereitschaft zum aktiven und vertieften Nachrichtenkonsum verknüpft (AMSALEM/ZOIZNER 2023; GIL DE ZÚÑIGA/CHENG/GONZÁLEZ-GONZÁLEZ 2022; KARNOWSKI et al. 2017; LEE 2020; PARK/KAYE 2020; STRAUSS/HUBER/GIL DE ZÚÑIGA 2020; YANARDAĞOĞLU 2021) – ungeachtet dessen entwickeln Nutzer:innen regelmäßig die Selbstwahrnehmung, gut (genug) informiert zu sein (ANSPACH/JENNINGS/ARCENEUX 2019; GIL DE ZÚÑIGA/CHENG 2021; MÜLLER/SCHNEIDERS/SCHÄFER 2016; PRIOR 2009; VAN DER VELDEN/LOECHERBACH 2021).

In diesem Zusammenhang erforschen Studien auch, inwiefern die Anzeige von Nachrichten auf Social Media mit den User-Präferenzen und dem sozialen Netzwerk zusammenhängen. Je nach politischem Interesse und Nutzungsgewohnheiten der User:innen sowie ihrer Social-Media-Freund:innen, der Diversität ihrer politischen Weltansichten und der Intensität des Kontakts zwischen User:innen werden manche Menschen auf Social Media demnach mit mehr oder weniger Nachrichteninhalten konfrontiert (HAIM/BREUER/STIER 2021; GIL DE ZÚÑIGA/CHENG/GONZÁLEZ-GONZÁLEZ 2022; WOHN/BOWE 2016; STRAUSS/HUBER/GIL DE ZÚÑIGA 2020). Für Menschen mit größerem politischem Interesse, Partizipationsbereitschaft und einem diversen, politisch interessierten Netzwerk führt Social Media bzw. inzidentale Nachrichtennutzung daher zu mehr Nachrichtenkonsum, während andere in einer sogenannten ›Nachrichtenwüste‹ landen (BARNIDGE/XENOS 2024). Weiters ist die Quantität der angezeigten Nachrichteninhalte auch von der konkret verwendeten Social-Media-Plattform abhängig. Untersuchungen zeigen, dass Facebook, Twitter oder Instagram deutlich häufiger zu (inzidentalem) Nachrichtenkonsum führen als TikTok (HAGAR/DIAKOPOULOS 2023; SCHNEIDERS/STEGMANN/STARK 2023). Dies ist wiederum besonders für die jüngsten Bürger:innen nachteilig, weil diese TikTok am intensivsten nutzen (GADRINGER et al. 2024; NEWMAN et al. 2024; SAFERINTERNET 2024).

In engem Zusammenhang mit der inzidentalen und unbewussten Form der Nachrichtennutzung steht Forschung über die Auswirkungen von Social-Media-basierter Nachrichtennutzung auf politisches Wissen bzw. entsprechende Lerneffekte. Hier sind die bisherigen Erkenntnisse konsistent: Durch die flüchtige, beiläufige und oberflächliche Wahrnehmung

von Nachrichteninhalten, die eingebettet in endlose Feeds auf Social Media zufällig daherkommen, kommt es nachweislich zu sehr begrenzten bzw. zu keinen Lerneffekten (BODE 2016; FEEZELL/ORTIZ 2019; GIL DE ZÚÑIGA/DIEHL 2019; HEISS/MATTHES 2019; LEE 2020; SHEHATA/STRÖMBÄCK 2018). Besonders eine stärkere *News-Find-Me*-Einstellung ist negativ mit Wissenserwerb aus Online-Nachrichtenkonsum verknüpft (GIL DE ZÚÑIGA/DIEHL 2019).

Insgesamt deuten die empirischen Ergebnisse zu den Auswirkungen bzw. zur Intensität von zufälliger Nachrichtennutzung via Social Media darauf hin, dass die vereinzelte, zufällige und beiläufige Nachrichtennutzung zu insgesamt weniger nachhaltigem Wissensaufbau bei gleichzeitig überhöhter Einschätzung des eigenen Informationsstandes führt. Ich argumentiere in dieser Arbeit, dass diese umfangreiche Forschung zu *News Find Me* die explizite Kuratierung von User:innen zu wenig in den Blick nimmt: Besonders Jugendliche oder junge Erwachsene folgen häufig den Accounts von Nachrichtenmedien auf Social Media, mit der Erwartungshaltung, dadurch regelmäßig über aktuelle Ereignisse informiert zu werden. Die komplexen Filtermechanismen der Algorithmen unterlaufen diese Intention in der Praxis häufig, was den Jugendlichen jedoch nicht (hinreichend) bewusst sein dürfte. Die Konzeptualisierung von *News Find Me* bzw. von ›Inzidenz‹ in der Social-Media-Nachrichtennutzung müsste in dieser Hinsicht nuancierter sein, um der Praxis der Jugendlichen gerecht zu werden. Weiters ist die Engführung dieser Forschung auf reine online bzw. algorithmisch kuratierte Nachrichtennutzung problematisch, da die wenigsten Menschen tatsächlich ausschließlich online Nachrichten nutzen, was einige der – zweifellos problematischen – Implikationen dieser Ergebnisse abmildern könnte.

2.1.4 Political Talk als Informationsquelle für junge Menschen

Das Phänomen des *News Find Me* deutet bereits auf die Rolle von sozialen Kontakten als Informationsquellen für junge Menschen hin. Das Konzept des *Political Talk* stellt die Bedeutung und unterschiedlichen Funktionen von Alltagsgesprächen über gesellschaftspolitisch relevante, aktuelle Fragestellungen vor allem für junge Menschen in den Fokus. Ekström definiert dies als »conversations about public concerns that take place in private, semipublic, and public settings (among friends, in families, at work, in social