

Was es für gut informierte Jugendliche braucht



Damit ändert sich auch die Art und Weise, wie sich Jugendliche informieren. Dass sie ihre Informationsquellen hauptsächlich online suchen und finden, ist schon heute beobachtbar und ein nicht mehr umkehrbarer Trend. Wenn sich Jugendliche online informieren, tun sie dies laut der JAMES-Studie aus dem Jahr 2020 am liebsten über Suchmaschinen (90 %), soziale Netzwerke (84 %) und Videoportale wie YouTube (75 %).

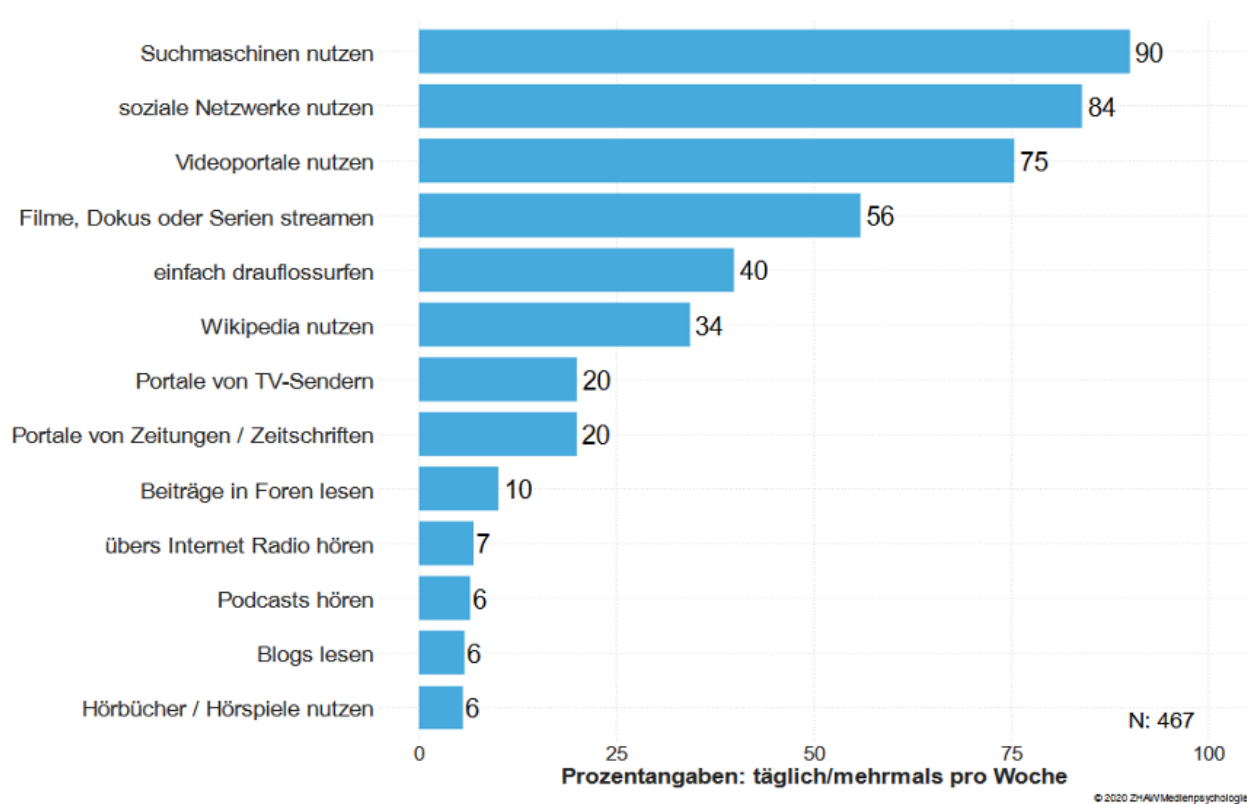


Abbildung 19: Information im Internet

Quelle: JAMES Studie der ZHAB (PDF)

Für

eine funktionierende Demokratie ist es wichtig, dass die Bürger*innen ihre

Entscheidungen

auf einer guten Informationsbasis treffen können. Es stellt sich daher die Frage, wie dies auch in der Zukunft für die jüngere Generation sichergestellt werden kann. Dazu drei besonders relevante Punkte:

1. Politische Bildung

Um

die Jugend zu motivieren, sich seriös zu informieren, muss ihr klar sein, warum dies wichtig für sie ist. Hier stehen die Eltern und die Bildungsinstitutionen in der Pflicht, aber auch politische Akteure, wie zum Beispiel Parteien. Jugendliche sollen gehört und ernstgenommen werden, denn dies motiviert, dranzubleiben.

2. Medienkompetenz

Die

neuen Technologien und Möglichkeiten bringen natürlich auch Herausforderungen mit

sich, wie zum Beispiel der Umgang mit Fake News in den sozialen Medien. Ein kompetenter Umgang damit muss erlernt werden, dabei spielen Eltern und Schulen

eine wichtige Rolle. Es ist jedoch wichtig, nicht nur auf die Risiken hinzuweisen und damit zusätzlich ein angstvolles Umfeld zu schaffen, sondern auch den Chancen genug Raum zu geben. So ist zum Beispiel die Plattform des Bundes «Jugend und Medien» sehr sachlich informativ- und bietet auch überforderten Eltern Hilfestellungen.

3. Klassische Medien

Die klassischen Medien stehen ebenfalls in der Verantwortung, sich an die Bedürfnisse des jungen Klientel journalistisch anzupassen. Die digitale Umstellung ist bereits im Gange; bei der strategischen Nutzung sozialer Medien gibt es aber noch Potenzial. Hier stehen besonders staatlich geförderte Medien im Zugzwang. So fördert der deutsche Rundfunk zum Beispiel seit Jahren informative und innovative Informationsformate auf YouTube. Für eine junge

Zielgruppe, bei der SRG wurde in diese Richtung erst kürzlich ein Pilotversuch gestartet.

Zu

beachten ist ebenfalls, dass Jugendliche als Gruppe nicht uniform sind. Dies betont auch eine aktuelle und umfassende Studie des Leibniz-Instituts für Medienforschung, welche vier grundsätzlich verschiedene Kategorien von Informationstypen bei Jugendlichen identifiziert; nämlich die journalistisch Informationsorientierten,

die gering Informationsorientierten, die umfassend Informationsorientierten und die nicht-journalistisch Informationsorientierten. Verschiedene aktuelle Studien entkräften zudem das Klischee, dass die Jungen generell zu faul sind, sich zu informieren, oder einfach alles glauben, was sie online lesen. Sie brauchen aber auch spezifische Tools und Bildung, um sich mit den neuen Technologien und Möglichkeiten kompetent informieren zu können und auch zu verstehen, weshalb dies wichtig für sie ist.