



universität  
wien

# MASTERARBEIT / MASTER'S THESIS

Titel der Masterarbeit / Title of the Master's Thesis

„Jugend, Politik und Medien:  
Die Rolle der Medien in der politischen Meinungsbildung  
der Jugendlichen“

verfasst von / submitted by

Maria Isabel Reitbauer, Bakk. phil.

angestrebter akademischer Grad / in partial fulfilment of the requirements for the degree of  
Master of Arts (MA)

Wien, 2019 / Vienna, 2019

Studienkennzahl lt. Studienblatt / degree  
programme code as it appears on the student  
record sheet:

UA 066 841

Studienrichtung lt. Studienblatt / degree  
programme as it appears on the student record  
sheet:

Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Betreut von / Supervisor:

Univ.-Prof. Dr. Katharine Sarikakis



Mein erstes großes Dankeschön gebührt meinen Eltern, die mich während meiner Studienzzeit stets unterstützt haben. Danke auch an meinen Freund, der während des Verfassens dieser Arbeit nicht nur einmal meine große Stütze war.

Danke an meine Betreuerin Univ.-Prof. Dr. Katharine Sarikakis für die vielen Inputs und die konstruktive Kritik. Bei der Handelsakademie Waidhofen an der Ybbs möchte ich mich dafür bedanken, dass ich meine Gruppendiskussionen in der Schule durchführen konnte.

Vielen Dank auch an alle Jugendlichen, die bei meinen Gruppendiskussionen teilgenommen haben. Danke für eurer großes Interesse, eure Hilfe und die vielen spannenden Gespräche. Ohne euch hätte meine Arbeit in dieser Form nie entstehen können.

Danke an alle, die mich auf dem Weg bis zu dieser Masterarbeit unterstützt haben.  
You know who you are.

## Eidesstaatliche Erklärung

Name: Maria Isabel Reitbauer

Matrikelnummer: a1307725

Studienkennzahl: 066 841

Ich erkläre eidesstattlich, dass ich die Arbeit selbständig angefertigt, keine anderen als die angegebenen Hilfsmittel benutzt und alle aus ungedruckten Quellen, gedruckter Literatur oder aus dem Internet im Wortlaut oder im wesentlichen Inhalt übernommenen Formulierungen und Konzepte gemäß den Richtlinien wissenschaftlicher Arbeiten zitiert, durch Fußnoten gekennzeichnet bzw. mit genauer Quellenangabe kenntlich gemacht habe.

17. August 2019

Datum



---

Unterschrift

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Einleitung</b>	<b>1</b>
1.1	<i>Kommunikationswissenschaftliches Forschungsinteresse</i>	1
1.2	<i>Aktueller Bezug: Die Europawahl 2019</i>	5
<b>2</b>	<b>Literatur- und Theorie-Überblick</b>	<b>5</b>
2.1	<i>Politische Meinungs- und Identitätsbildung</i>	6
2.1.1	Politische Sozialisation der Jugendlichen	8
2.2	<i>Die Sozialisationstheorie</i>	9
2.2.1	Die Sozialisationsinstanzen	11
2.2.2	Die Rolle der Medien in der Sozialisation	14
2.2.3	Sozialisierungsprozesse der Jugendlichen	18
2.3	<i>Jugendliche und Politik</i>	19
2.3.1	Geschlechterdifferenzen im politischen Interesse	21
<b>3</b>	<b>Aktueller Forschungsstand</b>	<b>24</b>
3.1	<i>Die Informationsquelle der Jugendlichen</i>	24
3.1.1	(Soziale-) Mediennutzung Jugendlicher	26
3.1.2	Medienkompetenz in Zeiten „neuer“ Medien	29
3.2	<i>Demokratie im Web 2.0</i>	31
3.2.1	Spannungsfeld Internet in der Europäischen Union	33
3.2.2	Social Media in der politischen Meinungsbildung	34
3.3	<i>Politik im Leben der Jugendlichen</i>	36
3.3.1	Politische Bildung	37
3.3.2	Politisches Interesse	39
3.3.3	Partizipation	41
3.4	<i>Jugendliche und die Europäische Union</i>	43
3.4.1	EU-Wahl 2019	45
<b>4</b>	<b>Forschungsdesign</b>	<b>47</b>
4.1	<i>Forschungsfragen</i>	47
4.2	<i>Methode</i>	47
4.2.1	Samplingstrategie: Jugendliche im wahlfähigen Altern	48
4.2.2	Erhebungsmethode: Gruppendiskussion	50
4.2.3	Auswertungsmethode: Inhaltlich strukturierte qualitative Inhaltsanalyse	51

<b>5</b>	<b>Forschungsergebnisse</b>	<b>55</b>
5.1	<i>Auswertung der Fragebögen</i>	55
5.2	<i>Auswertung der Gruppendiskussionen</i>	56
5.2.1	„Mediale Informationsquellen“	56
5.2.2	„Persönliche Informationsquellen“	63
5.2.3	„Politische Meinung“	65
5.2.4	„Medien und Politik in der Schule“	67
5.2.5	„Thema Politik“	70
5.2.6	„EU-Wahl 2019“	72
5.2.7	„Ibiza-Skandal“	76
<b>6</b>	<b>Diskussion der Forschungsfragen</b>	<b>78</b>
<b>7</b>	<b>Conclusio</b>	<b>83</b>
<b>8</b>	<b>Quellenverzeichnis</b>	<b>85</b>
8.1	<i>Literaturverzeichnis</i>	85
8.2	<i>Online-Quellen</i>	90
<b>9</b>	<b>Tabellen- und Abbildungsverzeichnis</b>	<b>94</b>
<b>10</b>	<b>Anhang</b>	<b>95</b>
10.1	<i>Gesprächsleitfaden Gruppendiskussionen</i>	95
10.2	<i>Begleitender Fragebogen zur Gruppendiskussion</i>	98
10.3	<i>Transkriptionen</i>	99
10.4	<i>Codebook</i>	100
10.5	<i>Genehmigung der Bildungsdirektion Niederösterreich</i>	107
<b>11</b>	<b>Abstracts</b>	<b>108</b>
11.1.1	Deutsch	108
11.1.2	English	109

# 1 Einleitung

Was prägt unser Bild der Politik? Woher erfahren wir, was im politischen Spielfeld aktuell passiert? Und wie bilden wir unsere Meinung – insbesondere dann, wenn Wahlen anstehen? Unsere wichtigste Informationsquelle für politische Themen sind Medien: „Für die meisten Menschen ist Politik das, was sie über die Massenmedien erfahren.“ (Kuhn, 2005: 408). Doch die Möglichkeiten, die die fortschreitende Digitalisierung, Web 2.0 und soziale Medien bieten, gehen weit über die der klassischen Massenmedien hinaus. Jede und jeder kann unabhängig von Raum und Zeit publizieren. Der Siegeszug des Internets eröffnete neue Chancen, über Politik sowie Politikerinnen und Politiker zu diskutieren (Amnå et al., 2009: 32). Nie war es einfacher, mit Liken oder Posten eigene Meinungen zu teilen, oder die Meinungen anderer Menschen zu erfahren. Zeitgleich hat sich die Politik einen Weg in die sozialen Netzwerke gebahnt und ist heute nicht mehr aus dieser Welt wegzudenken (Statista Research Department, 2019: o.S.).

All diese weitreichenden Veränderungen haben in einem relativ kurzen Zeitraum stattgefunden. Wie sich schon mit dem Aufkommen des Fernsehens das traditionelle Politikverständnis und der politische Diskurs verändert hat (Plasser/Ullram, 1982: 82), wird auch Social Media einen signifikanten Einfluss auf die Politik haben. Spannend wird dies besonders da, wo Politik auf Jugend trifft. Denn politische Einstellungen werden nicht unabhängig von der Umwelt einer Person geformt, sondern entstehen einerseits im sozialen Kontext und andererseits durch den Einfluss von Medien (Diehl et al., 2016: 1876).

Doch welchen Stellenwert schreiben Jugendliche sozialen Medien in Hinblick auf die eigene Meinungsbildung zu? Welche Chancen und Risiken ergeben sich für sie durch die Nutzung neuer Medien? Wie informieren sich junge Wählerinnen und Wähler im digitalen Zeitalter vor anstehenden Wahlen? Mit diesen und ähnlichen Fragen wird sich diese Master-Arbeit näher auseinandersetzen. Dabei wird nicht alleine auf die Medien, sondern auf andere zentrale Instanzen der jugendlichen Sozialisation eingegangen.

## 1.1 Kommunikationswissenschaftliches Forschungsinteresse

Von aktueller Tagespolitik bis hin zu Sport- und Lifestylethemen: Massenmedien gehören zur wichtigsten Informationsquelle, wenn es um tagesaktuelle News geht. „Das Leben der Jugendlichen zu Beginn des 21. Jahrhunderts ist wesentlich von Medien mitbestimmt.“ (Mikos, 2004: 157) Klassische Medien wie Fernsehen, Tageszeitungen, Radio oder Zeitschriften waren und sind zum Teil noch die Triebfeder für politische Meinungsbildung (Schmidt et. al., 2017: 358). „Die Massenmedien haben das Verhalten der Akteure und Institutionen unseres

politischen Systems tiefgreifend verändert.“ (Plasser/Ullrich, 1982: 79) Eine dieser Veränderungen ist beispielsweise die Reduktion der Politik auf einzelne Akteurinnen und Akteure durch das Medium Fernsehen (ebd., 1982: 79).

Doch schon lange bevor Massenmedien zum unverzichtbaren Teil unseres Alltags geworden sind, wusste der antike Philosoph Epiktet von Hierapolis (55-135 n.Chr.), dass vor allem die Meinungen über Geschehnisse das Zusammenleben bestimmen (Mai, 1998: 7). Durch den Konsum von Medien einerseits und sozialen Interaktionen andererseits bilden Menschen ihre persönlichen Meinungen. „Meinungsbildung erfolgt, beim Einzelnen wie im Kollektiv, unter dem Einfluss von rationalen und irrationalen Kräften.“ (Kuhn, 1959: 28) Für Kuhn ist „immer beides, Bewusstes und Unbewusstes, Rationales und Irrationales, Vernünftiges und Affektives“ beteiligt (ebd., 1959: 28). Dieser äußerst komplexe Prozess wird vom Einfluss der Medien auf die Gesellschaft – besonders was politische Meinungsbildung angeht – begleitet (Mai, 1998: 8).

Nicht nur politische Meinungen werden durch Medien beeinflusst, auch was Kulturthemen betrifft übernehmen sie eine wichtige Rolle. Bereits vor 46 Jahren zeichnete der Technikphilosoph Hans Sachsse ein Bild über das Verhältnis von Medien, Informationen und Meinungsbildung, das heute kaum aktueller sein könnte (Mai, 1998: 16). Für ihn zählen Informationen zum „Gemeingut der Menschheit“ und leisten einen wichtigen Beitrag zur Meinungsbildung (Sachsse, 1987: 67). Ein Missbrauch dieser könne nur durch ein möglichst breites Angebot an differenzierten Informationen verhindert werden (Sachsse, 1987: 68). Gleichzeitig zeigt er die Folgen auf, die bei einer möglichen Informationsüberflutung drohen können:

„Wenn in kurzem hintereinander einmal dieses einmal jenes als wahr, gut, richtig, erstrebenswert und natürlich in überzeugender Weise dargestellt wird, wenn umgekehrt immer wieder das vermeintlich Gute als etwas Schlechtes entlarvt wird: wie soll bei dieser Informationsüberflutung der einzelne dann noch entscheiden können, was richtig ist und was falsch? Woher soll der Maßstab kommen, das Rechte auszuwählen? Gemeinhin bilden wir uns unsere Maßstäbe aufgrund unserer Erfahrungen, und wir korrigieren sie auch, wenn wir neue Erfahrungen machen.“ (Sachsse, 1987: 68)

Genau diese Frage, nach welchem Maßstab das Richtige auszuwählen sei, ist nach über vierzig Jahren aktueller denn je. Hier kommen noch die Aspekte Glaubwürdigkeit und Transparenz hinzu, die gerade bei politischer Meinungsbildung eine zentrale Stellung einnehmen. „Zu den wichtigsten Rahmenbedingungen der Meinungsbildung in parlamentarischen Demokratien gehören Formen der ‚Öffentlichkeit‘ politischer Praxis, die in Diktaturen unbekannt sind. Die parlamentarischen Demokratien funktionieren auf der Arbeitshypothese maximaler Transparenz.“ (Fend, 1991: 133f) Zudem kommt, dass „ein bestimmtes Maß an Glaubwürdigkeit“ (ebd., 1991: 139) zum Überleben von Demokratien beiträgt. Der Erhalt der Glaubwürdigkeit ist jedoch eine Gratwanderung „zwischen Wachsamkeit und

Vertrauensvorschuß (sic).“ (ebd., 1991: 139) Diese Herausforderung kann auch als Erklärung herangezogen werden, warum Bürgerinnen und Bürger – die Gruppe der Jugendlichen miteingeschlossen – oft „zwischen Radikaldistanz („Sie lügen alle“) und Radikalforderungen an Echtheit („Sagen was man denkt“) oszillieren.“ (ebd., 1991: 139)

Seit diesen Feststellungen über die Rolle der Transparenz in der politischen Meinungsbildung in den frühen 1990er-Jahren hat sich in der Medienwelt einiges getan. Der Konsum digitaler Medien spielt eine immer wichtigere Rolle im Leben junger Erwachsener (Pfetsch, 2018). Mobile Medien werden nicht nur öfter, sondern immer intensiver genutzt. Welche Gefahren und Chancen diese Tatsache mit sich bringt, ist daher eine berechtigte und viel diskutierte Frage (Buchem, 2015: 44). Zudem wird den sozialen Netzwerken nicht nur ein kommunikatives, sondern auch partizipatorisches Potenzial zugeschrieben (Balzter et al., 2014: 183f). Währenddessen aber scheint es, als würde die Nachfrage nach traditionellen Medien, oder konkreter das Lesen von Tageszeitungen, zurückgehen. Diese Entwicklungen lassen sich sowohl in den USA als auch in Deutschland beobachten (Schulz, 2011: 168f.). Allgemein kann festgehalten werden, dass bei der Mediennutzung vor allem der Aspekt der Unterhaltung für Kinder und Jugendliche am wichtigsten ist (Schulz, 2011: 168). Gleichzeitig stellen Medien auch die wichtigste Quelle politischer Information dar – für Kinder und Jugendliche, wie für Erwachsene (Schulz 2011: 168). Diese Informationen sind aktuell beinahe ein Jahrzehnt alt. Und seither hat sich die Medienlandschaft maßgeblich verändert. So haben sich soziale Medien so stark etabliert, dass sie heute kaum mehr wegzudenken sind. „Digitale Mediennutzung ist kein exklusives Ereignis mehr, sondern alltägliches Handeln.“ (Thimm, 2014: 52) Zu den beliebtesten sozialen Netzwerken in Österreich gehörten 2018 WhatsApp, YouTube, Instagram, Snapchat sowie Facebook (vgl. saferinternet.at 2018). Neuere Studien zeigen, dass sich mehr als die Hälfte der Jugendlichen immer noch dem Fernsehen zuwenden, sobald es darum geht, sich über das aktuelle Zeitgeschehen zu informieren. Danach folgen das Radio und Gespräche mit Peers und Familienangehörigen (JIM, 2017: 17). Die Rolle des Internets als Quelle für Informationen steigt mit zunehmendem Alter der Jugendlichen (JIM, 2017: 18).

Im Zuge dieser Entwicklungen werden Jugendliche als sogenannte „Digital Natives“ bezeichnet. Denn sie wachsen zunehmend mit digitalen Medien und Technologien auf – beginnend beim Computer oder Smartphones, über Videospiele bis hin zu den bereits erwähnten sozialen Medien. Daraus resultierend, hat sich bei Kindern und Jugendlichen die Art und Weise zu denken fundamental geändert. Die weitere Folge daraus ist, dass sie Informationen ganz anders wahrnehmen und verarbeiten als ihre Vorgänger Generationen (Prensky 2001: 2). Diese Gruppe junger Menschen wird in der Literatur unterschiedlich bezeichnet, beispielsweise als N-gen („net-generation“) oder D-gen (digital-generation). Generell können Jugendlichen nicht als eine, nach Schorb „homogene Gruppe“, eingeordnet werden (ebd., 2008: 151). Durchgesetzt

hat sich in den vergangenen Jahren jedoch der schon oben genannte Begriff "Digital Natives". Sowohl in der scientific community, als auch im täglichen Sprachgebrauch. Abgeleitet wird der Begriff von „native speaker“, frei übersetzt also „Muttersprachler“. Kinder oder Jugendliche haben demnach die digitale Sprache der Computer oder dem Internet von klein auf gelernt – eben wie sie eine Muttersprache lernen würden (Prensky 2001: 2). Gegenüber den Digital Natives stehen die sogenannten Digital Immigrants. Dazu zählen jene Menschen, die nicht mit der Digitalisierung aufgewachsen sind:

“As Digital Immigrants learn (...) to adapt to their environment, they always retain, to some degree, their ‘accent’ (...). The ‘digital immigrant accent’ can be seen in such things as turning to the Internet for information second rather than first (...). Today’s older folk were ‘socialized’ differently from their kids, and are now in the process of learning a new language. And a language learned later in life, scientists tell us, goes into a different part of the brain.“ (Prensky 2001: 3)

Digital Natives und Digital Immigrants unterscheiden sich aufgrund ihrer differenzierten Sozialisierung nicht nur in der Nutzung von digitalen Medien. Verglichen mit Digital Immigrants lesen Digital Natives weniger Tageszeitungen (Jandura/Karnowski, 2015). In der Studie „Generation Newsless“ (Wippersberg, 2016) wird ihnen auch das Attribut „Generation Comfort“ zugeschrieben: Sie meiden unangenehme Inhalte und konsumieren Nachrichten meist nur zwischendurch, wenn sie bequem verfügbar sind (Wippersberg, 2016: 44). Eine weitere, in der Schweiz durchgeführte Studie ist zu einem ähnlichen Ergebnis gekommen: so dienen „Printprodukte, die sowieso zu Hause herumliegen“ (Herzig Gainsford et al., 2017: 6) als bevorzugte Informationsquelle der Jugendlichen (ebd., 2017: 6). Die damit einhergehende Befürchtung vor einer jungen, medienverdrossenen Generation, konnte nicht direkt bestätigt werden (Wippersberg, 2016). Junge Erwachsene konsumieren Medien, wenn auch nicht im selben Ausmaß der älteren Generationen (Wippersberg, 2016: 45). Dennoch kann nicht abgestritten werden, dass sich mit dem digitalen Wandel zwangsläufig auch der Journalismus und die Medien verändern (Humborg/Nguyen, 2018).

Die bereits angeführte Entwicklung, dass immer weniger Printzeitungen konsumiert werden, bringt weitreichende Implikationen mit sich. Diese „veränderten Sozialisationsbedingungen“ (Schulz, 2011: 169) führen zwangsläufig zu einer „wachsenden Distanz der jüngeren Generation zur Zeitung.“ (ebd., 2011: 169) Aufgrund dieser Entwicklungen ist es besonders spannend zu erforschen, wie in Zeiten sozialer Medien eben diese politische Sozialisation bei Jugendlichen zustande kommt und in weiterer Folge politische Meinung entsteht. Zumal Printzeitungen als Hauptquelle für politische Informationen gelten, insbesondere im lokalen Bereich (Schulz, 2011: 169). Aus den vorliegenden Erkenntnissen und jener, dass politische Sozialisation eng mit den Medien verbunden ist (Sandler/Vollbrecht, 1987: 9f), ergibt sich das generelle Forschungsinteresse dieser Arbeit.

## 1.2 Aktueller Bezug: Die Europawahl 2019

Für das Forschungsvorhaben wird es aufgrund der bevorstehenden Europawahl von besonderem Interesse sein, wie sich diese auf das Verhalten der Jugendlichen – in Bezug auf den Medienkonsum – auswirkt. Die Wahl findet von 24. bis 26. Mai 2019 statt und zählt zu den größten demokratischen Ereignissen weltweit (wahlbeobachtung.org, o.J.). Alle fünf Jahre werden bei dieser Wahl die Abgeordneten des Europäischen Parlaments gewählt. Die Österreicherinnen und Österreicher wählen 2019 insgesamt 19 Abgeordnete, die Österreich für die kommende Legislaturperiode im Europaparlament vertreten. Das aktive Wahlrecht bei den Europawahlen orientiert sich an den nationalen Gesetzen der Mitgliedsstaaten. Österreich nimmt hier eine einzigartige Stellung ein. Österreichische Staatsbürgerinnen und Staatsbürger dürfen bereits wählen, wenn sie spätestens am Tag der Wahl 16 Jahre alt sind. Für die restlichen Mitgliedsstaaten liegt das aktive Wahlrecht bei 18 Jahren (Europäisches Parlament, 2018). Die unabhängige und unparteiische Plattform wahlbeobachtung.org bietet Informationen sowie Fragen und Antworten rund um die Europawahlen (wahlbeobachtung.org, o.J.). Die Wahlbeteiligung bei der letzten Europawahl 2014 betrug 42,61 Prozent. Österreichweit war man mit 45,39 Prozent Beteiligung knapp über dem europäischen Gesamtwert. Seit dem EU-Beitritt Österreichs 1995 lässt sich eine sinkende Wahlbeteiligung der Österreicherinnen und Österreicher feststellen (Europäisches Parlament, 2014).

Eine Studie nach der letzten Europawahl im Jahr 2014 hat ergeben, dass die meisten Nichtwählerinnen und Nichtwähler junge Menschen (18- bis 24-Jährige) sind. Interessant ist, dass gerade diese Gruppe eine überwiegend positive Haltung gegenüber der Europäischen Union hat (Nancy, 2014: 6). Aus der Wahlforschung ist bekannt, dass „jüngere Wählergruppen stets eine geringere Wahlbeteiligung aufweisen als die Wählerschaft insgesamt“ – spannend ist, dass bei den Erstwählerinnen und Erstwählern eine höhere Beteiligung erkannt werden kann (Gille et al., 2016: 172). „Ohne eine aktivere Beteiligung der Bevölkerung und insbesondere der jungen Generation am europäischen Einigungsprozess steht jedoch dessen erfolgreiche Weiterentwicklung und die grundlegende Legitimation der EU in Frage.“ (Tham, 2008: 31)

Die Europawahl ist daher aus zwei wesentlichen Gründen für das Forschungsvorhaben interessant: Einerseits die allgemein niedrige Wahlbeteiligung, auch bei jungen Menschen. Andererseits, dass das Wahlalter in Österreich um zwei Jahre niedriger ist als in den übrigen Mitgliedsstaaten der Europäischen Union.

## 2 Literatur- und Theorie-Überblick

Mit dem Wissen darüber, dass es heute immer mehr unterschiedliche Medienangebote gibt, könnte der Eindruck entstehen, dass unsere Gesellschaft dadurch automatisch aufgeklärter und

besser informiert sei als früher (Baacke, 1997: 74). Diese Annahme trifft aber nach der Wissenskluft-Hypothese nicht zu (ebd., 1997: 74). Zuerst wurde die Wissenskluft-Hypothese bzw. Knowledge-Gap von Phillip J. Tichenor, George A. Donohue und Clarice N. Olien aufgestellt (Altendorfer, 2009:189). Viel wichtiger, als die Menge an verfügbaren Informationen oder Medien ist demnach der Bildungsstand. Dieser spielt eine zentrale Rolle, wenn es um die Aneignung von Themen oder Informationen aus Medien geht (Baacke, 1997: 75). Die Unterschiede in der Nutzung von Informationstechnologien wie dem Internet lässt sich zwar kaum auf eine Differenzierung zwischen den Geschlechtern zurückführen. Vielmehr machen die sozialen Schichten, denen die Jugendlichen angehören einen Unterschied (Bohmann/Schupp, 2016: 1097). Obwohl die „digitale Spaltung im Sinne einer Zugangskluft (...) weitestgehend überwunden“ ist (Bohmann/Schupp, 2016: 1096), bedeutet das aber nicht, dass keine Ungleichheit in der Nutzung neuer Medien mehr besteht. Vielmehr findet sich aktuell die „digitale Ungleichheit im Zentrum der Debatte.“ (Bohmann/Schupp, 2016: 1097) Digitale Ungleichheit beschreibt hier „das Phänomen, dass sich das Nutzungsverhalten digitaler Medien im Hinblick auf Häufigkeit und Zweck der Verwendung, sowie die Art der Fähigkeiten, die dabei erworben werden, zwischen verschiedenen demographischen Gruppen systematisch unterscheidet.“ (Bohmann/Schupp, 2016: 1097) Besonders Jugendliche aus einkommensschwächeren Haushalten, halten sich generell seltener im Internet auf (Bohmann/Schupp, 2016: 1101). Es werden deutlich Parallelen zur Wissenskluft-Hypothese (bzw. Knowledge-Gap) sichtbar:

„As the infusion of mass media information into a social system increases, segments of the population with higher socioeconomic status tend to acquire this information at a faster rate than the lower status segments, so that the gap in knowledge between these segments tends to increase rather than decrease.“ (Tichenor/Donohue/Olien, 1970: 159f.)

Der sozioökonomische Status macht sich häufig auch in den unterschiedlichen Schultypen bemerkbar. „Wer eine Haupt- oder Realschule besucht, ist deutlich weniger häufig in den sozialen Netzwerken unterwegs als Gymnasiastinnen und Gymnasiasten.“ (Bohmann/Schupp, 2016: 1101f.) Dass sich die sozialen Unterschiede „deutlich auf die Sozialisation von Kindern und Jugendlichen“ (Paus-Hasebrink, 2009: 2) auswirkt, hebt die Relevanz einer genaueren Betrachtung in der Mediensozialisationsforschung weiter hervor.

## 2.1 Politische Meinungs- und Identitätsbildung

Die politische Identitätsbildung beginnt sehr früh im Jugendalter. So erkennen bereits 12-Jährige politische Probleme in den Medien – besonders jene zu den Themen Friedens- und Umweltgefährdung. Diese Lebensphase der Frühadoleszent legt den Grundstein der Bildung „eigenständiger politischer Haltungen“ (Fend, 1991: 146). So bekommen sie in dieser Zeit langsam das Gefühl dafür, dass politische Prozesse gestaltbar und nicht naturgegeben sind. Ebenso entfaltet sich ein allgemeines politisches Verständnis (ebd., 1991: 147). „Im günstigsten

Fall entwickelt sich ein ‚Systemdenken‘, also die Fähigkeit, die Vernetzung von Handlungszwängen und Handlungsmöglichkeiten im politischen Bereich zu durchschauen.“ (ebd., 1991: 147) Um sich über politische Themen zu informieren, oder an politischen Prozessen teilzunehmen, benötigt es grundlegendes politisches Interesse (Kuhn/Schmid, 2004: 71).

Seit dem Beginn der 1990er Jahre wusste man über die tragende Rolle der Medien bei der politischen Meinungsbildung von Jugendlichen Bescheid. Zentral dafür war die Erkenntnis, dass „politische Alltagserfahrung – (...) vor allem eine Medienerfahrung ist“ (Fend, 1991: 139). Trotz der damaligen Abwesenheit sozialer Medien haben sich die Nachrichten hauptsächlich auf Probleme und Katastrophen konzentriert (ebd., 1991: 139). „Politik wird deshalb in der Alltagserfahrung durch die Permanenz der Demontage, der Demaskierung bis hin zur Denunziation des politischen Gegners geprägt.“ (ebd., 1991: 139) Fend betonte damals, dass die zunehmende Komplexität („undurchdringlicher Dschungel“) der politischen Berichterstattung in den Medien nach viel mehr als nur politischer Bildung verlangt. Auch die „Identifikation mit demokratischen Werten“ sowie die „Beförderung einer kritischen Urteilsfähigkeit“ müssen an junge Heranwachsende herangetragen werden (ebd., 1991: 142). Für die Forschungsarbeit ist spannend, ob auch den Jugendlichen diese Denunziation der politischen Gegner in den Medien auffällt. Die negative sowie oberflächliche Berichterstattung in den Medien, wird häufig als Grund für Desinteresse an politischen Themen genannt (Kuhn/Schmid, 2004: 80).

Fend (1991: 151f) unterscheidet drei Dimensionen der politischen Identitätsbildung. Diese sind von den herrschenden politischen Umwelten abhängig:

1. „Dimensionen der Entstehung einer grundlegenden Verarbeitungskapazität von politischen Informationen im Sinne des sozio-kognitiven Entwicklungsstandes,
2. Dimensionen der motivationalen Dynamik der Identifikation und des sich emotional auf Sinnangebote Beziehens,
3. Dimension des Aufbaus von Handlungseigenschaften.“ (ebd., 1991: 152)

Wenn Jugendliche Informationen über Politik erhalten, dann geschieht das meist über Dritte. Dazu gehören beispielsweise Medien wie Zeitung und Fernsehen oder Familie, Schule oder Peers (Fend, 1991: 151). Doch wie genau und auch welche Informationen sie erhalten, ist sehr individuell und von der persönlichen Lebensbedingung abhängig. Gerade das politische Interesse und Wissen der Eltern beeinflusst Jugendliche sehr stark. Nicht nur die familiären und soziodemographischen Unterschiede spielen hier eine Rolle. Alleine die verschiedenen Schultypen in Österreich mit ihren eigenen Lehrplänen, die die Jugendliche besuchen können, sorgen dafür, dass unterschiedliche Bedingungen herrschen (ebd., 1991: 151).

### 2.1.1 Politische Sozialisation der Jugendlichen

Der Wandel in der politischen Kultur und die Veränderungen der sozialen Institutionen hat die theoretische Debatte rund um die politische Sozialisation verstärkt. Amnå et al. (2009) haben auf Grundlage unterschiedlicher Sozialisationstheorien acht Punkte definiert, auf die eine moderne politische Sozialisationsforschung eingehen muss:

(1) Junge Menschen sind aktiv handelnde Akteure, sie sind nicht als passive Objekte von Sozialisationsinstanzen zu betrachten (ebd. et al., 2009: 27ff).

(2) Bisher wurden die einzelnen Sozialisationsinstanzen wie Familie, Schule, Medien oder Peers immer separat betrachtet. Doch mit einem integrierenden Modell politischer Sozialisation, können die Zusammenhänge zwischen den einzelnen Sozialisationsinstanzen besser erklärt werden (ebd. et al., 2009: 27ff).

(3) Jugendliche sind heute immer häufiger schnelleren Veränderungen ausgesetzt. Wie durch das Aufkommen neuer Kommunikationstechnologien oder der Verlängerung der Ausbildungszeiten. Diese Änderungen sollten auch im Kontext der politischen Sozialisation ernst genommen werden (ebd. et al., 2009: 27ff).

(4) Die Definition der politischen Partizipation muss weiter gefasst werden – sie kann sich künftig nicht mehr nur auf formale Institutionen und Wahlen konzentrieren. Auch Engagement innerhalb der Gesellschaft wie z.B. Freiwilligenarbeit oder Spenden können als Partizipation gewertet werden (ebd. et al., 2009: 27ff).

(5) Die politische Sozialisation ist ein langfristiger Prozess, daher ist es ratsam, in der empirischen Forschung vermehrt auf Längsschnittstudien zu setzen (ebd. et al., 2009: 27ff).

(6) Der Fokus sollte auf Prozessen und Mechanismen und weniger auf reinen Korrelationen liegen (ebd. et al., 2009: 27ff).

(7) Politische Sozialisation bei Jugendlichen muss ganzheitlich betrachtet werden. Denn auch an anderen Sozialisations-Orten außerhalb eines politischen Kontexts können Erfahrungen gesammelt werden, die ihre politische Sozialisation beeinflussen (ebd. et al., 2009: 27ff).

(8) Es bedarf neuer theoretischer Erklärungen zur politischen Sozialisation. In diesen müssen Jugendliche als aktiv handelnde Akteure gesehen werden. Politische Sozialisation muss als Teil des allgemeinen Entwicklungsprozesses der Jugendlichen angesehen werden, in der Sozialisationsinstanzen wie Familie, Schule oder Medien ineinandergreifen (ebd. et al., 2009: 27ff).

Obwohl die politische Meinungsbildung bereits in den frühen Jahren der Jugend beginnt, geht sie weit über das Alter von 16 oder 17 Jahren hinaus (Fend, 1991: 218). Wie bereits erwähnt, verändern sich die Sozialisationskontexte der Jugendlichen immer schneller (Amnå et al., 2009: 29) Trotzdem darf nicht unberücksichtigt bleiben, dass für viele hier die „Phase der schulischen Allgemeinbildung“ (Fend, 1991: 218) und damit oftmals das politische Lernen endet (ebd., 1991: 218)

## 2.2 Die Sozialisationstheorie

Der Begriff Sozialisation ist in vielen unterschiedlichen wissenschaftlichen Fachbereichen verbreitet. Die Definition gilt als sehr „uneinheitlich“ und sollte daher „möglichst weit gefasst werden, um dem interdisziplinären Charakter des Forschungsfeldes gerecht zu werden.“ (Bonfadelli, 1981: 41). Die Sozialisationstheorie bzw. die Sozialisationsforschung entwickelte sich in den 1960er und 1970er Jahren aus der Soziologie, der Psychologie sowie der Pädagogik (Hüther, 1975: 15; Hurrelmann/Bauer, 2015). Die Frage, wieso Jugendliche bestimmte Medien nutzen, kann daher aus einem pädagogischen, entwicklungspsychologischen, medientheoretischen sowie soziologischen Blickwinkel erfolgen (Hoffmann, 2002: 11f). Hüther betont aber, dass das Thema der Sozialisation auch in der „Kommunikationsforschung bedeutsam“ ist (ebd., 1975: 16). Das begründet er unter anderem dadurch, dass Massenmedien „eine wesentliche, nur sehr unvollkommen zu kontrollierende Variable im Sozialisationsprozeß (sic)“ darstellen (ebd., 1975: 12). Die klassischen Sozialisationstheorien fasst Hüther in drei Punkten zusammen: (1) „Sozialisation umfaßt (sic) Lern- und Identifikationsprozesse“; (2) „Inhalt der Lern- und Gegenstand der Identifikationsprozesse sind soziokulturell bedingte Normen und Werte“; (3) „Durch die Übernahme der vorgeprägten Muster wird das Potential möglicher Verhaltensweisen des einzelnen auf jenes Maß reduziert, das die Funktionstüchtigkeit des Individuums im Sinn der Gesellschaft garantiert.“ (ebd., 1975: 17) Nach Bonfadelli gibt es vier zentrale Felder, die alle Sozialisationstheorien in einer Art und Weise behandeln: (1) Sozialisationsinstanzen, (2) Sozialisationsinhalte, (3) Sozialisationsprozesse und (4) Sozialisationskonsequenzen (Bonfadelli, 1981: 59).

Heute wird der Begriff unter anderem in der Pädagogik, der Sozialen Arbeit oder den Gesundheitswissenschaften eingesetzt (Hurrelmann/Bauer, 2015: 11). In der Alltagssprache meint Sozialisation „die Übernahme gesellschaftlicher Werte und Normen, auf die Anpassung an die soziale Umwelt, auf das ‚So-werden-wie-mein-Umfeld-es-von-mir-erwartet‘.“ (Hurrelmann/Bauer, 2015: 11) Obwohl aus anderen wissenschaftlichen Disziplinen kommend, erfährt der Sozialisationsbegriff in der Kommunikationswissenschaft zunehmend Aufmerksamkeit – insbesondere in Bezug auf Massenmedien und die Orientierungsfunktion (Theunert/Schorb, 2010: 243). Bei Kindern und Jugendlichen unterstützen Medien sogar die

Identitätsbildung (ebd., 2010: 243). Doch heute sind jene Medien, die Kinder und Jugendliche konsumieren können nicht mehr nur auf Fernsehen oder Radio beschränkt. Das Internet ist schon lange in den Kinderzimmern angekommen.

„Die Potenziale der Artikulationsfunktion der Medien haben sich durch die Medienentwicklung, vorrangig durch die Digitalisierung und die Vernetzung von Einzelmedien und medialen Funktionen in der konvergenten Medienwelt, enorm und in rasantem Tempo erweitert. Vor allem das Internet und die heute darin implizierten Mitmach-Optionen des Web 2.0 vervielfachen die Möglichkeiten medialer Artikulation und deren Veröffentlichung.“ (Theunert/Schorb, 2010: 244)

Eine eigenständige Mediensozialisationstheorie gibt es aktuell noch keine. Jedoch gibt es drei Teilbereiche, in denen der Stellenwert von Medien in den Sozialisationsprozessen artikuliert wird (Schulz, 2010: 232):

- 1) „Sozialisation mit Medien findet (...) im Kontext von Gesellschaft und sozialer Umwelt statt“ (ebd., 2010: 232)
- 2) Sozialisation „bezieht sich (...) auf medienbezogene Praktiken sowie das damit verbundene Aushandeln von Bedeutungen und Sinnzuweisungen.“ (ebd., 2010: 232)
- 3) „Sozialisation mit Medien“ beinhaltet „wichtige Ressourcen, birgt aber ebenso Risiken für das sich entwickelnde Individuum.“ (ebd., 2010: 232)

Schon in den ersten beiden Punkten wird deutlich, dass der Medienkonsum nicht in einem Vakuum stattfindet. Dies führt zur Schwierigkeit, die Medien als abgetrennten Bereich zu untersuchen. Der dritte Punkt stellt ein interessantes Spannungsfeld von Sozialisation und Medien dar, besonders auch vor dem Hintergrund der fortschreitenden Digitalisierung.

„Es ist heute eher unwahrscheinlich geworden, dass zwei aufeinander folgende Jugendgenerationen gleiche Sozialisationsbedingungen erfahren.“ (Hoffmann, 2002: 9) Generell muss Sozialisation von einem modernen Blickwinkel aus betrachtet werden. „Die Verkleinerung der Familie, eine stärkere Kinderzentrierung der Familie, eine stärkere Bedeutung schulischer Ausbildung sowie eine dadurch vermittelte Verstärkung der Peer-Orientierung, die allgemeine Höherqualifizierung vor allem der jüngeren Generation und die Transformation der Jugendphase markieren Veränderungen der Sozialisationsbedingungen.“ (Junge, 2004: 40) Neben der Verlängerung der durchschnittlichen Mediennutzungsdauer, hat sich auch das mediale Angebot an sich verändert (ebd., 2004 42). „War es früher problemlos möglich, zwischen Realität, medienvermittelter Realität und medienvermittelter Imagination zu unterscheiden, so wird dies heute schwieriger, weil alle drei Bereiche miteinander zu verschmelzen scheinen.“ (Junge, 2004: 42)

Gerade in westlichen Demokratien ändern sich die Bedingungen des Erwachsenwerdens immer schneller und häufiger (Hoffmann/Merkens, 2004: 7). „Neue Ansätze zur Sozialisation gehen

davon aus, dass das Individuum nicht nur sozialisiert wird, sondern dass es eigenaktiv handelt und sich die Handlungsfelder bzw. Institutionen aussucht, die es zur Verwirklichung seiner Ziele und für die individuelle Entwicklung für angemessen und brauchbar hält.“ (Hoffmann/Merkens, 2004: 9) Nach dieser Betrachtungsweise kann die Sozialisation als „aktiv gestalteter Prozess, der in der Regel mittels vorgegebener bzw. selbst ausgewählter Institutionen stattfindet“ (ebd. 2004:9), verstanden werden.

Dass Jugendliche heute ganz anders aufwachsen und somit andere Sozialisationsbedingungen haben, ist letztendlich auf die Modernisierung ihrer Lebenswelten zurückzuführen. Pluralisierungs- und Diversifizierungsprozesse, die laufend voranschreiten, haben zur Folge, dass der Alltag der heutigen Jugendlichen ganz anders ist, als beispielsweise noch der Alltag ihrer Eltern in der Jugend (Hoffmann, 2002: 18)

### **2.2.1 Die Sozialisationsinstanzen**

Dieses Kapitel diskutiert die klassischen Eckpfeiler der Jugend-Sozialisation allgemein und in ihrer Rolle in der politischen Sozialisation. Die Sozialisationsinstanz Medien wird im nächsten Unterkapitel noch genauer betrachtet.

Insgesamt gibt es, nach Hoffmann (2002) vier für die Gruppe der Jugendlichen relevante Sozialisationsinstanzen: (1) Familie bzw. Eltern, (2) Schule, (3) Medien und (4) Peergroup (ebd., 2002: 49ff). In welchen Sozialisationsinstanzen sich Heranwachsende bewegen und wie sie mit oder in diesen umgehen und diese gestalten, wird zunehmend in ihrer Jugendzeit bestimmt (Hoffmann, 2002: 59). Es darf nicht außer Acht gelassen werden, dass innerhalb dieser Sozialisationsinstanzen weitere Differenzierungen stattfinden. So können bspw. ökonomische Unterschiede in den Familien vorherrschen, verschiedene Schwerpunkte der Schultypen bestehen oder sich die Zusammensetzung der Peergroups unterscheiden (Mikos, 2004: 158f). Der Einfluss des sozialen Umfelds muss auf jeden Fall in Betrachtung gezogen werden (Kuhn/Schmid, 2004: 158).

#### Die Familie

Die Sozialisationsinstanz Familie definiert traditionell den Haushalt, in dem „mindestens ein Elternteil und wenigstens ein Kind“ zusammenleben (Hoffmann, 2002: 49). Sie gilt als „naturegebenes, soziales Gefüge.“ (ebd., 2002: 49) Die Familie ist für Jugendliche ein zentraler Lebensraum, in dem sich Jugendliche im Allgemeinen wohlfühlen (Großegger, 2001: 52). Wie die jeweilige Familienstruktur aufgebaut ist, wie viel Freiraum Jugendliche innerhalb der Familie haben oder wie sehr auf ihre Interessen eingegangen wird, hat auch einen Einfluss auf die Sozialisation in dieser (Hoffmann, 2002: 51). „Egalitäre Familienstrukturen, d.h. auch tendenziell kameradschaftlichere Eltern-Kind-Beziehungen sprechen sehr für einen emanzipierten Generationsaustausch.“ (ebd., 2002: 58) Allgemein gilt die Familie als eine sehr stabile

Sozialisationsinstanz im Leben der Jugendlichen. Doch in den vergangenen Jahrzehnten konnte ein Rückgang im Mitspracherecht der Eltern bei Themen wie Ausbildung oder Berufsentscheidung bemerkt werden (ebd., 2002: 60). Als Sozialisationsinstanz ist sie besonders am Beginn der Jugend wichtig. Sie wird nicht etwa durch die Schule abgelöst, sondern durch Freunde (Hoffmann, 2002: 234).

Aktuelle Studienergebnisse zeigen, dass die Familie eine wichtige Stellung in der politischen Sozialisation einnimmt (Balzter et al., 2014: 174). Das wird besonders zwischen den unterschiedlichen gesellschaftlichen Milieus deutlich. Bildungs- und politiknahe Familien regen Kinder und Jugendliche eher zum politischen Denken und Handeln an (Balzter et al., 2014: 174). „Neben dem Maß des ‚Politisch Seins‘ der Eltern und der generellen politischen Historie der Familie selbst führen zudem familiäre Förderung und Unterstützung häufig zu einem Anstoß für die Teilnahme an Veranstaltungen politischer Jugendbildung.“ (Balzter et al., 2014: 174). Geht es um spezifische Partei-Präferenzen, sind es meist die Eltern, die einen großen Einfluss auf ihren Nachwuchs ausüben (Fend, 1991: 218). Dieser beschränkt sich nicht nur auf konkrete Parteien. Je offener innerhalb der Familie über politische Themen gesprochen und diskutiert wird, desto aufgeschlossener werden die Heranwachsenden, wenn es um Politik geht. Die Familie ist eine besonders latente politische Sozialisationsinstanz (ebd., 1991: 237f.). „Eltern haben aber auch auf die konkrete Meinungsbildung ihrer Kinder Einfluß (sic). Dieser Einfluß (sic) ist umso höher, je politisch interessierter und gesprächsintensiver die Eltern sind.“ (Fend, 1991: 237) Ähnlich erklärt dies auch Paus-Hasebrink: „Je stärker sich Eltern für politische Themen interessieren, umso mehr Interesse findet sich auch bei ihren Kindern.“ (ebd., 2009: 134)

### Die Schule

Bedenkt man, wie viele Stunden Jugendliche in der Schule verbringen, wird klar, wie dominant diese Sozialisationsinstanz eigentlich ist (Hoffmann, 2002: 52). „Für die Lebensführung der Jugendlichen hat sie über den Bildungsaspekt hinaus aber auch eine sehr starke soziale Komponente (...)“ (Hoffmann, 2002: 53) Doch Hoffmann (2002) kritisiert, dass die Schule „nicht ausreichend auf den Kompetenzzuwachs“ (ebd., 2002: 51) der Jugendlichen ausgerichtet ist. Denn Schülerinnen und Schüler sind „anspruchsvoll, urteilsfähig und stellen auch öffentlich Meinungen und Strukturen in Frage“ (ebd., 2002: 51). Die Schule ist für eine weitere Sozialisationsinstanz oftmals ein wichtiger Ort: Die Peer-Gruppe, auch Peers genannt.

Die Schule ist für politische Bildung eine zentrale Instanz. Hier können Jugendliche wichtige politische Erfahrungen sammeln (Fend, 1991: 177). Neben der Familie und den Eltern, werden Jugendliche in der Schule in vielerlei Hinsicht mit Politischem konfrontiert. Das trifft besonders auf jene zu, die in den übrigen Sozialisationsinstanzen (vor allem Familie und Peer-Group) eher wenig mit politischen Themen in Berührung kommen. Sie erhalten durch die Schule eine

Möglichkeit, in das Feld der Politik eingeführt zu werden (Balzter et al., 2014: 176). Die Schule wird daher auch als „Türöffner zur außerschulischen politischen Bildung“ (ebd., 2014: 176) bezeichnet. Alleine durch den Auftrag, politische Bildung zu vermitteln, wird die Schule zum Ort, in der politische Sozialisation stattfindet (Kuhn, 2004: 407). Eine über fünf Jahre angelegte Längsschnittstudie über die politische Sozialisation von Schülerinnen und Schülern (zwischen 12 und 16 Jahren) kam unter anderem zum Ergebnis, dass das politische Bewusstsein sehr von den jeweilig besuchten Schultypen abhängig ist. So ist beispielsweise das Wissen von 13-jährigen Gymnasiasten viel höher als von 15-jährigen Hauptschülern (Fend, 1991: 173). Dieser „politische Analphabetismus“, wie er von Fend (1991) bezeichnet wird, gilt als „Nährboden für rechtsextremes Denken“ (ebd., 1991: 318). Daher ist es umso wichtiger, dass politische Bildung in allen Schulen gelehrt werden sollte.

### Die Peer-Group

Der Freundeskreis von Jugendlichen bzw. Gleichaltrigen werden als Peer-Group bezeichnet. Die Peer-Group ist stark durch soziale Kontakte geprägt, die in der Schule geknüpft werden. Weitere Möglichkeiten für Jugendliche Freunde zu finden, gibt es bspw. in unterschiedlichen Jugendorganisationen (Hoffmann, 2002: 54). Unter Peers wird in der Regel eine Freundesgruppe verstanden, die sich in regelmäßigen Abständen trifft, austauscht oder in der Freizeit gemeinsam etwas unternimmt (ebd., 2002: 54). Peer-Groups sind deshalb für Jugendliche so wichtig, weil sie sich in diesen über Probleme oder Bedürfnisse austauschen (ebd., 2002: 54). In den Sozialisationsinstanzen Familie und Peer-Group fühlen sich Heranwachsende geborgen – sie vermitteln ein Zusammengehörigkeitsgefühl. Sie gehören zu den zentralen Lebensbereichen der Jugendlichen, erfüllen aber unterschiedliche Funktionen, da sich die Art und Weise, wie die Jugendlichen zu der jeweiligen Gruppe verbunden sind, stark unterscheiden (Großegger, 2001: 52).

Innerhalb der Peer-Group findet für die Jugendlichen ein Identitätsbildungs-Prozess statt (Balzter et al., 2014: 177). Peer-Groups sind in der politischen Meinungsbildung besonders spannend, da sie einen großen Einfluss auf die Haltung Jugendlicher bei politischen Themen hat. Zudem tragen sie dazu bei, dass Berührungspunkte zu politischen Themen genommen werden. Und zwar dann, wenn andere Gruppenzugehörige bereits Erfahrungen mit diesen haben (ebd., 2014: 177).

### Die Medien

Geht es um die Frage der Freizeitgestaltung, sind Jugendliche heute nicht mehr so stark auf ihre Familie, die Eltern oder Freunde angewiesen. Denn heute haben sie die Möglichkeit auf eine große Bandbreite von Kulturprogrammen, wie Medien, zurückzugreifen (Hoffmann, 2002: 61). Dabei weiß die Jugend sehr genau, welche Angebote sie nutzen möchte, was ihr Spaß macht oder was wichtig oder unwichtig ist (ebd., 2002: 61). Eines der beliebtesten

Freizeitprogramme ist die Mediennutzung. Das hat den Grund, dass Medien theoretisch jederzeit und ohne großen Aufwand konsumiert werden können (ebd., 2002: 62). „Medien begleiten, strukturieren und bestimmen den außerschulischen Alltag von Jugendlichen.“ (Hoffmann, 2002: 62)

## **2.2.2 Die Rolle der Medien in der Sozialisation**

In den vergangenen Jahren wurde immer häufiger auf die zunehmende ‚Sozialisationsmacht‘ der Medien hingewiesen (Hoffmann/Merkens, 2004: 9). Denn Medien begleiten das „Heranwachsen von Kindern vom ersten Lebenstag an“ (Theunert/Schorb, 2010: 244). Wo früher davon ausgegangen wurde, dass Identität von „direkter sozialer Interaktion“ (Mikos, 2003: 157) beeinflusst wird, muss heute die Variable „mediale Interaktion“ (ebd., 2003: 157) ergänzt werden. Vor diesem Hintergrund sollten die Sozialisationsinstanz Medien verstärkt in den Fokus der wissenschaftlichen Forschung rücken.

Von Medien als „Sozialisationsinstanz“ wird häufig im Kontext der Sozialisationsprozesse gesprochen (Schulz, 2010: 232). „Mit dem Begriff verbunden ist die Zuweisung eines mehr oder weniger beabsichtigten Einflusses auf Sozialisation und Persönlichkeitsentwicklung.“ (Schulz, 2010: 232) Im Gegensatz zu den „primären“ Sozialisationsinstanzen Familie oder Schule, gelten Medien als „sekundäre Instanz“ (Schulz, 2010: 232). Schulz argumentiert jedoch, dass Medien schon lange nicht mehr nur „indirekte Sozialisationseffekte befördern.“ (ebd. 2010: 232) Die Welt, in der Jugendliche heute aufwachsen ist unter anderem von Globalisierung, Individualisierung und letztendlich von den Medien geprägt (Schulz, 2010: 233). Die Jugendlichen erschaffen sich das Lebensumfeld, in dem sie sozialisiert werden, selbst (Hoffmann, 2002: 9). Gleichzeitig aber machen sie dies in einem Umfeld, das durch traditionelle Gegebenheiten geprägt ist (ebd., 2002: 9).

In der Medienwissenschaft wird vermehrt der Begriff Mediensozialisation angewendet, diesem fehlt allerdings noch ein theoretisches Fundament (Hoffmann, 2010: 11). „Ausgesprochen selten werden jedoch Theorien zur Medienrezeption mit Theorien zur Sozialisation von Menschen verknüpft.“ (Hoffmann, 2010: 11) Um gerade Phänomene der Mediennutzung angemessen begreifen zu können, meint Hoffmann, dass ein theoretisch fundiertes Modell der Mediensozialisationstheorie geschaffen werden sollte (ebd., 2010: 11). „Im Prinzip weiß man einfach bislang sehr wenig darüber, welche mittelbaren, welche mittelfristigen sowie auch biografischen Konsequenzen welche Arten der Mediennutzung für die Persönlichkeit eines Menschen haben.“ (Hoffmann, 2010: 11) Eine Mediensozialisationstheorie sollte „die Dynamiken zwischen Individuum, Medien und Gesellschaft treffsicher beschreiben“ (Hoffmann, 2010: 12) und gleichzeitig „die Prozesse von Individuation, Identität, Individualisierung und Modernisierung“ (Hoffmann, 2010: 12) miteinschließen. Gerade in Zeiten des digitalen Wandels,

wo Smartphones und soziale Netzwerke allgegenwärtig erscheinen, sollte die Rolle der Sozialisationsinstanz Medien genauer unter die Lupe genommen werden. Auch in Verbindung mit den anderen Sozialisationsinstanzen (Hoffmann, 2010: 12).

In Bezug auf Sozialisation und Medien wird in erster Linie die „Nutzung elektronischer bzw. technologischer Übertragungs- und Informationsmedien“ (Hoffmann, 2010: 13) gemeint. Dazu zählen Kommunikationsmedien wie Fernsehen, Radio oder Zeitung, die sich unter anderem dadurch auszeichnen, dass sie einem größeren Personenkreis zugänglich sind (Hoffmann, 2010: 13). Neben den klassischen Massenmedien gehören moderne Medien, wie das Internet, in diese Kategorie (Hoffmann, 2010: 13). „All diese Medien – also die meisten – sind aus dem alltäglichen Leben der Individuen moderner Gesellschaften nicht wegzudenken.“ (Hoffmann, 2010: 13) Wie wichtig Massenmedien für unser gesellschaftliches Zusammenleben sind, wird auch von Luhmann treffend zusammengefasst: „Was wir über unsere Gesellschaft, ja über die Welt, in der wir leben, wissen, wissen wir durch die Massenmedien.“ (ebd., 2017: 8) Das impliziert auch, dass die Teilhabe an der Gesellschaft eng mit dem Konsum von Massenmedien verknüpft ist (Hoffmann, 2010: 13). Denn sie sind es, die Nachrichten und somit „Ausschnitte von Wirklichkeit“ transportieren (Hoffmann, 2010: 13). Diese Ausschnitte sind jedoch von anderen Menschen aufbereitet und meistens nach bestimmten Nachrichtenfaktoren (Galtung/Ruge, 1965: 70) ausgewählt worden.

Die kommunikationswissenschaftliche Agenda-Setting These vertritt eine ähnliche Auffassung. Und zwar, dass das „was wir thematisieren und wahrnehmen, nicht durch eigene unmittelbare Erfahrung produziert wird, sondern weitgehend durch mediale Aussagen bestimmt ist: Die Medien (...) bestimmen, worüber die Mehrheit spricht (...).“ (Baacke, 1997: 73) Diese kommunikationswissenschaftlichen Theorien verdeutlichen nochmal die Bedeutsamkeit der Massenmedien für unsere Gesellschaft. „Wie der Rezipient diese aufbereiteten, übertragenen Wirklichkeiten deutet, verarbeitet, einordnet und nutzt, hängt von vielzähligen individuellen und gesellschaftlichen Faktoren, Erwartungen und Kompetenzen ab.“ (Hoffmann, 2010: 13) Für das vorliegende Forschungsvorhaben wird besonders die Kompetenz – im Sinne einer Medienkompetenz – einen interessanten Aspekt darstellen. In der Sozialisationstheorie selbst wird den Medien als Sozialisationsinstanz eher ein „diffuses Einflusspotenzial“ zugeschrieben (Hoffmann, 2010: 14). Die Wissenschaft ist sich uneinig darüber, welche Rolle Medien tatsächlich in der Sozialisation einnehmen – auch deshalb, weil diese von Sozialisationstheoretikern nicht genauer untersucht wird (Hoffmann, 2010: 14).

### Medien als Sozialisationsinstanz

So wenig Aufmerksamkeit wie die Medien in den Sozialisationstheorien erfahren, so gering scheinen die Sozialisationsaspekte in den Medientheorien behandelt zu werden (Bonfadelli, 1981: 60; Hoffmann, 2010: 19). Jugendliche leben heute in einer „mediatisierten Gesellschaft

der reflexiven Moderne“ (Mikos, 2004: 157), daher liegt es nahe, Medien – neben Familie, Peer-Group und Schule (Hoffmann, 2002) – als wichtige Sozialisationsinstanz zu verstehen.

Ein Medienwissenschaftler, der sich näher mit Sozialisation beschäftigte und dafür einstand, den Begriff interdisziplinär zu nutzen war Bonfadelli (Hoffmann, 2010: 19). Für ihn erscheint die Sozialisation als „das strukturelle Gesamt der Verhaltensweisen z.B. der Eltern und im weiteren Sinn als alle Faktoren der soziokulturellen Umwelt überhaupt, die sozialisierend auf den Heranwachsenden einwirken im Sinne der Sozialmachung.“ (ebd., 1981: 42) Wird von den Medien als Sozialisationsinstanz gesprochen, so ist es wichtig darauf zu verweisen, dass sich diese sehr von den anderen Sozialisationsinstanzen – wie beispielsweise der Familie oder den Schulen – unterscheiden (Bonfadelli, 1981: 62). Medien sind „hochkomplexe organisierte soziale Systeme mit bestimmten Zielen“ (Bonfadelli, 1981: 62), die sich „erheblich von den personalen Sozialisationsinstanzen der interpersonalen Kommunikationssituation unterscheiden“ (ebd., 1981: 62). Jugendliche wenden einen großen Teil ihrer Freizeit den Medien zu. Vom klassischen Zeitvertreib bis hin zur Orientierungshilfe können Medien eine wichtige Rolle einnehmen (Hoffmann, 2002: 12). „Es gibt eine Fülle von Motiven für die Mediennutzung, die zwischen situativen, affektiven, sozialen und interaktiven Bedürfnissen variieren können.“ (Hoffmann, 2002: 12). Damit Medien ihre Rolle als Sozialisationsinstanz einnehmen können, müssen andere Sozialisationsinstanzen, wie zum Beispiel die Familie einen Beitrag dazu leisten. Wie schon einleitend erwähnt, sind Jugendliche heute dazu geneigt, Medieninhalte vor allem dann zu konsumieren, wenn diese schon bequem zu Hause vorhanden sind (Wippersberg, 2016: 45). Auch Bonfadelli sieht eine enge Verknüpfung von Familie und der Mediennutzung:

„Medien können ihren sozialisierenden Einfluss nur ausüben, wenn sie als Medienbesitz in der Familie vorhanden sind und überhaupt genutzt werden. Die Mediennutzung wiederum ist eingebettet in familiäre Kommunikations- und Interpretationsprozesse und wird durch das Vorbildverhalten, den medienbezogenen Erziehungsstil der Eltern beeinflusst.“ (Bonfadelli, 1981: 62)

Es ist allgemein anerkannt, dass unsere Moderne Gesellschaft so konzipiert ist, dass „für die Erziehung von und die Bildung der Menschen verschiedene Institutionen verantwortlich sind.“ (Hoffmann, 2010: 14). Eine Frage, die sich hier eröffnet ist, wie der digitale Wandel oder das Aufkommen sozialer Medien in diese Prozesse eingreift. Generell ist anzunehmen, dass im Kindes- und Jugendalter sowohl die soziale Partizipation, als auch die politische erlernt wird (Schulz, 2011: 164). Die Kommunikationswissenschaft beschäftigt sich dabei speziell mit der Rolle der Medien in diesem Prozess (Schulz, 2011: 164). Diese Forschungsarbeit legt ihren Fokus auf junge Menschen, da sie gerade ihre ersten Erfahrungen mit Medien sammeln. „Im Kindes- und Jugendalter wird der Umgang mit Medien erlernt, im Erwachsenenalter etabliert und im gesamten Lebensverlauf ist er immer wieder von Bedeutung.“ (Hoffmann/Mikos, 2010:

8) Medien spielen eine „große Rolle bei der Identitätsbildung und im Prozess der Sozialisation“ (Mikos, 2004: 157). Besonders in der modernen Welt, in der zunehmend eine „Ausdifferenzierung der Gesellschaft“ stattfindet, bieten „gemeinsame Medien- und Konsumerlebnisse noch Orientierungspunkte“ (ebd., 2004: 157) – gerade auch für Jugendliche. Insbesondere, da Normen und Werte im 21. Jahrhundert überwiegend über „fiktionale Medienangebote ausgehandelt“ werden. (Mikos, 2004: 165)

Der Alltag kann nur bewältigt werden, wenn eine Art der Orientierung vorhanden ist. Für Kinder, Jugendliche sowie Erwachsene übernehmen diese Funktion – so auch empirisch bereits vielfach belegt – die Medien (Paus-Hasebrink, 2008: 143f). „Im Umgang mit dem Internet kann es Jugendlichen gelingen, frei von den Zwängen des Alltags und seinen Herausforderungen, Orientierungsangebote kennen zu lernen, sie im Erleben zu genießen – also ganz ohne Handlungsdruck.“ (ebd., 2008: 144)

Auch in der politischen Bildung nehmen Medien einen wichtigen Platz ein. Sie vermitteln unter anderem politisches Wissen, Normen und Werte sowie unterschiedliche Einstellungen. Dadurch tragen sie zum Erlernen der Staatsbürgerrolle bei (Schulz, 2011: 165). Ein weiterer wichtiger Aspekt ist der Stellenwert den Medien im Allgemeinen bei Kindern und Jugendlichen haben. Vor allem aus medienpädagogischer Sicht wird Medien eine „besondere Sozialisationsinstanz“ zugeschrieben (Hoffmann/Mikos, 2010: 8). Unter anderem gibt es Meinungen, die behaupten, dass Medien in Konkurrenz mit traditionellen Sozialisationsinstanzen stehen (Hoffmann/Mikos, 2010: 8).

Ein wichtiger Aspekt bei der Betrachtung von Medien als politische Sozialisationsinstanz ist jener, dass diese sich in einem kontinuierlichen Wandel befinden. An sich schaffen Medien die „technischen Rahmenbedingungen, in denen sich der politische Prozeß (sic) abspielt, und beeinflussen dadurch das Verhalten der politischen Akteure.“ (Plasser/Ulram, 1982: 80) Was im öffentlichen Diskurs thematisiert wird bestimmen die Medien. Daraus folgt, dass sich die Politik an den medialen Angeboten orientiert und anpasst (ebd., 1982: 80). Aber auch die Medien untereinander müssen sich zwangsläufig verändern. So hat beispielsweise das Aufkommen des Fernsehens bei den Tageszeitungen einen Wandel hervorgerufen (ebd., 1982: 81): „Im Kampf um Leser und Inserenten haben die großen Boulevardblätter die Sparte ‚Politik‘ längst im Volumen reduziert, vor der ‚Unverkäuflichkeit‘ politischer Berichterstattung kapituliert und sich dem Leserbedürfnis nach ‚unterhaltender‘ Information untergeordnet.“ (Plasser/Ulram, 1982: 81) Daraus kann geschlossen werden, dass auch das Aufkommen von Social Media für Umbrüche in der Medienwelt gesorgt hat.

### 2.2.3 Sozialisierungsprozesse der Jugendlichen

„Es ist mittlerweile unumstritten, dass das Jugendalter die sensitive und formative Phase politischer Sozialisation und politischer Identitätsbildung ist.“ (Kuhn, 2005: 399) Im Jugendalter sollte die Zeit auch dazu genutzt werden, die eigene Persönlichkeit zu entwickeln. Die Möglichkeiten dazu sind heute zwar größer denn je, jedoch kann es schnell unüberschaubar werden (Hoffmann, 2002: 62). Allgemein ist die Individualisierung ein erkennbarer Trend von modernen Sozialisationsverläufen (Hoffmann, 2002: 9). Es gibt jedoch nicht „den einen Sozialisations-Verlauf“ oder eine Vorlage, wie dieser Prozess genau stattfindet. „Wie konkret die Sozialisation Jugendlicher aussieht, richtet sich stark nach individuellen Gegebenheiten, aber auch sehr nach den gegebenen gesellschaftlichen und (sozial-)politischen Verhältnissen.“ (Hoffmann, 2002: 9) Gerade die politische Sozialisation ist sehr stark von den jeweiligen vorherrschenden Rahmenbedingungen der Politik abhängig (Fend, 1991: 142). „Die gesellschaftlichen Verhältnisse, aber insbesondere die unmittelbaren Lebensbedingungen wie z.B. finanzielle Situation der Familie oder die ungenügende Ausbildungssituation für Jugendliche bestimmen die Lebenssituation und Lebensplanung Jugendlicher sowie auch ihr Wohlbefinden.“ (Hoffmann, 2002: 9)

Die Jugendforschung fokussiert sich seit einigen Jahren sehr stark auf die Identitätsbildung von jungen Menschen sowie den Ansatz der Selbstsozialisation (Paus-Hasebrink, 2008: 137). Dieser knüpft an der Theorie des Symbolischen Interaktionismus (Blumer, 1969) sowie den Cultural Studies-Ansätzen an und geht in seinem Kern davon aus, dass Jugendliche „durch ihr Umgehen mit Musik und Medien Entwicklungsaufgaben lösen“ (Müller et al., 2004: 238). „Musikalische und mediale Selbstsozialisation vollziehen sich u.a. durch das mitgliedwerden in selbstgewählten Kulturen, Milieus und Szenen (...)“ (ebd., 2004: 238). Bei der Selbstsozialisation ist es so, dass „Individuen aktiv handelnd mit ihrer kulturellen und medialen Umwelt umgehen.“ (Müller et al., 2004: 239) Dennoch ist wichtig anzumerken, dass Selbstsozialisation nicht alleine funktioniert, sie bedarf, wie die Fremdsocialisation externe Inputs, beispielsweise durch Sozialisationsinstanzen (Müller et al., 2004: 246). Ähnliches kann bei der Fremdsocialisation beobachtet werden. Denn diese ist neben äußeren Einflüssen auch von der individuell unterschiedlichen Lernbereitschaft der einzelnen Subjekte abhängig (ebd., 2004: 246). Kinder und Jugendliche wachsen zunehmend in „polykontextuellen Gesellschaften“ (Scherr, 2004: 231) auf. Alles, was sie in dieser durch Medien vermittelt bekommen, müssen sie zunehmend eigenständig verarbeiten (ebd., 2004: 231). Denn besonders für Jugendliche ist die Sozialisationsinstanz Familie kein Ort, in dem sie offen über ihre Erfahrungen sprechen können (ebd., 2004: 231). Kritisiert wird aber, dass diese theoretischen Überlegungen „nur einem Teil jugendlicher Alltagswelten sowie jugendlicher umgangsweisen mit Medien, auch und

gerade in Bezug auf ihre Partizipation an der Gesellschaft“ gerecht werden (Paus-Hasebrink, 2008: 138).

Zwei grundlegende Schlüsselaufgaben des Sozialisationsprozesses liegen in der Vermittlung von einerseits „elementaren Handlungskompetenzen“ sowie den „Grundlagen der Subjektentwicklung“ (Junge, 2004: 36). Die Sozialisationstheorie sowie die Jugendforschung thematisieren beide als „ein spezifisches Integrationsproblem individualisierter Gesellschaften“ (Grundmann, 2004: 18): „Die sukzessive Entfremdung Heranwachsender und die damit einhergehende Vereinbarkeitsproblematik von sozialer Verbundenheit und individueller Handlungsautonomie“ (ebd., 2004: 18). Ihr gemeinsamer Gegenstandsbereich ist die „Integration Heranwachsender in bestehende Gesellschaftsstrukturen und die kulturelle Vermittlung der jeweils dominanten gesellschaftlichen Leitbilder (...)“. Folglich ist es eine Aufgabe der Sozialisationstheorie „Prozesse jugendlicher Persönlichkeitsfindung und -gestaltung mit den spezifischen Gesellungsformen Heranwachsender zu verknüpfen.“ (Grundmann, 2004: 23) Es ist eine Aufgabe der Theorie, Erklärungsmodelle aufzustellen, die veranschaulichen, wie und wieso Jugendliche bestimmte Lebensstile produzieren (ebd., 2004: 23). Laut Grundmann (2004) kann die Sozialisation als „Prozess der Hervorbringung von personalen und sozialen Handlungsstrukturen“ (ebd., 2004: 24) verstanden werden. „Jugendsozialisation im klassischen Sinne ist ohne die gesellschaftlichen Gruppen wie Familie und Peers sowie die Organisation Schule undenkbar.“ (Hoffmann, 2002: 60)

### 2.3 Jugendliche und Politik

Die Tatsache, dass in Österreich bereits ab 16 Jahren gewählt werden darf, heißt nicht zwangsläufig, dass Jugendliche hierzulande mehr an Politik interessiert sind, sich viel mit ihr auseinandersetzen oder sich besser auskennen als in anderen Ländern. Es hilft aber dabei, „den jungen Menschen ein Verständnis der repräsentativen Demokratie näher zu bringen.“ (SORA, 2005: 57) Nach Filzmaier und Klepp (2009) gibt es allgemein betrachtet keine großen Unterschiede in der den politischen und gesellschaftlichen Meinungen zwischen Jugendlichen und Erwachsenen:

„Sie unterscheiden sich hinsichtlich der politisch-gesellschaftlichen Meinungen, Einstellungen und Werte weniger dramatisch von anderen Altersgruppen, als es landläufigen Auffassungen entspricht. Vor allem die Werte für das Demokratie- und Politikverständnis entsprechen – Politik(erInnen)- und Parteienverdrossenheit inklusive – jenen von Erwachsenen.“ (ebd., 2009: 351)

Dennoch muss angenommen werden, dass Unterschiede zwischen Jugendlichen und Erwachsenen bestehen. Paus-Hasebrink (2008) greift zentrale Merkmale auf, wie Jugendliche Politik wahrnehmen und bewerten:

- „Jugendliche schätzen in ihren politischen Partizipationsformen eher Aktion anstatt Organisation.
- Sie nehmen zumeist eine globale Perspektive ein und wählen eher eine pragmatische statt einer ideologisch ausgerichteten Strategie.
- Sie tun sich öffentlich im Internet kund, gestalten politische Auseinandersetzung und Partizipation über Internet-Foren und
- wählen Public Relations-Strategien als spezielle Form von öffentlichem Engagement.“ (ebd., 2008: 136)

### Politikverdrossene Jugend?

Ein wiederkehrender Begriff, der beim Thema *Jugendliche und Politik* häufig fällt, ist jener der Politikverdrossenheit. Im Diskurs um Politikverdrossenheit bei Jugendlichen wird meistens das geringe parteipolitische Engagement sowie die sinkende Wahlbeteiligung gemeint (Pfaff, 2012: 277). Wie dieser Zustand der Politikverdrossenheit ermöglicht wird bzw. wo seine Ursachen liegen, versuchen Plasser und Ulram (1982) zu skizzieren. Einleitend muss festgehalten werden, dass diese Erklärungsmuster zu Beginn der 1980er-Jahre, lange vor dem Beitritt Österreichs zur Europäischen Union, entstanden sind. Dennoch sind die damaligen Erkenntnisse für die Diskussion zur Politikverdrossenheit wichtig.

Bedienen sich Politikerinnen und Politiker einer allgemein sehr komplexen Sprache, so kann es passieren, dass Bürgerinnen und Bürger diese kaum mehr verstehen. Infolgedessen kommt es zu einer Überforderung, die zu einer Politikverdrossenheit führen kann (Plasser/Ulram, 1982: 85). Hier können Journalistinnen und Journalisten einen wichtigen Beitrag leisten und mit ihrer Berichterstattung versuchen das „politische Geschehen allgemein verständlich aufzubereiten.“ (ebd., 1982: 85). Jedoch verhält es sich meistens so, dass „zwischen Politikern und Journalisten eine ‚stille‘ Koalition“ (ebd., 1982: 85) vorherrscht und die Gesprächspartner während Interviews ihre „Kompetenz und Expertenwissen“ (ebd., 1982: 85) zur Schau stellen wollen. „Politikmüdigkeit kann so auch als Reaktion auf ein zu hohes Anspruchsniveau an den einzelnen Leser, Hörer oder Zuseher gedeutet werden, und das verzweifelte Bemühen der Politiker um mehr ‚Basiskontakt‘ primäres Sprach- und Verständigungsproblem.“ (Plasser/Ulram, 1982: 85f)

Politik- oder Parteienverdrossenheit äußert sich meistens zuerst, wenn sich Wählerinnen und Wähler die Frage stellen, wie groß ihre Mitgestaltungsmöglichkeit tatsächlich ist (ebd., 1982: 116). „Das Gefühl der politischen Machtlosigkeit, der Eindruck eines hochkomplexen und hochabstrakten politischen Geschehens, das der Einzelne nicht mehr strukturieren bzw. nicht mehr beeinflussen kann, schaffen eine affektive Distanz zur Politik und können mit der Zeit eine zunehmende Indifferenz und Privatisierung bewirken.“ (Plasser/Ulram, 1982: 117) Insbesondere in funktionierenden Demokratien kann dieses hier beschriebene Gefühl Unbehagen verursachen. Was jüngere Menschen angeht, entsteht Politikverdrossenheit dann,

wenn sie sich nicht in der „sogenannten Jugendpolitik“ (Plasser/Ullram, 1982: 118) vertreten fühlen. Schuld daran hat auch „ein gravierendes Versagen der traditionellen politischen Sozialisationsinstanzen und nicht zuletzt der Praxis der Parteipolitik selbst.“ (Plasser/Ullram, 1982: 118) In letzter Zeit gab es besonders im westlichen Europa immer mehr Anzeichen, die „im Widerspruch zur langjährigen sozialwissenschaftlichen Diagnose einer Politikverdrossenheit Jugendlicher“ steht (Pfaff, 2012: 269). Daher sollte die Gruppe der Jugendlichen nicht als „apolitisch“ abgestempelt werden, denn das „beruht auf einem Fehlverständnis, das mit einem Defizitblick auf die nachwachsende Generation einhergeht.“ (ebd., 2012: 281).

Um genauer zu verstehen, wie Jugendliche mit Medien und in weiterer Folge der Politik umgehen, ist es unumgänglich, dass die Forschung an ihre Lebenswelt anknüpft (Paus-Hasebrink, 2008: 147). Das bedeutet, die immer wichtiger werdende Rolle des Internets ernst zu nehmen. Für sie ist dieses zum „zentralen Forum“ geworden (Paus-Hasebrink, 2008: 147). Insbesondere die sozialen Medien haben eine Fülle an neuen Möglichkeiten für Interaktion, Organisation oder Dokumentation eröffnet – auch zur „Bildung und zum Austausch eigener politischer Meinungen und Interessen“ (Paus-Hasebrink, 2008: 145). Das Internet bildet einen Raum, in dem Demokratie von den Jugendlichen aktiv gelebt werden kann. Das einfach und schnell zugängliche, große Medienrepertoire hilft dabei, schnell an die wichtigsten Informationen zu gelangen (Wagner et al., 2014: 5). Ein themen- oder zielgruppenspezifischer Diskurs ist besonders durch die Möglichkeiten von Web 2.0 einfacher geworden (Wagner et al., 2014: 5). So können Jugendliche je nach Interesse oder Wissenstand aktuelle Nachrichten abrufen. Ganz egal, ob sie einfach ein Parteiprogramm googlen oder sich mit bestimmten Zeitungsberichten genauer in Themen einlesen wollen. „Das Internet hält weniger hürdenreiche, einfachere Wege zur politischen Information und Partizipation auch für diejenigen bereit, die aufgrund ihrer (niedrigeren) formalen Bildung und ihrer speziellen Milieuzugehörigkeit keine oder nur wenige Bezüge zu Produkten der Hochkultur, wie etwa zur Qualitätspresse, haben bzw. Politik als eine Sphäre wahrnehmen, die mit ihren speziellen Anliegen, Bedürfnissen und vor allem Ausdrucksweisen nichts oder nur wenig zu tun hat.“ (Paus-Hasebrink, 2008: 145)

### **2.3.1 Geschlechterdifferenzen im politischen Interesse**

Viele empirische Untersuchungen zum Thema Politik und Jugend ergeben, dass politisches Interesse je nach Geschlecht unterschiedlich stark ausgeprägt ist (Kuhn, 2005; Kuhn/Schmid, 2004). Auch in der aktuellen Shell Jugendstudie (2015) wurden männliche Jugendliche als „häufiger an Politik interessiert als weibliche“, beschrieben (Albert et al., 2015: o.S.). Doch wie kommt diese Unterscheidung zustande und was impliziert sie? Bezogen auf politisches Wissen und demokratische Urteilsfähigkeit sind die Differenzen zwischen den Geschlechtern nicht ganz so stark (Kuhn, 2005: 401). Erklärungsmodelle verweisen oft auf die ungleichen Lebenslagen

der Geschlechter (ebd., 2004: 72). Alleine durch den Alltag und unterschiedliche Lebenserfahrungen ergeben sich schon Differenzen in der politischen Orientierung (Kuhn, 2005: 405). „Ein Mangel an politischem Interesse, politischem Wissen und politischer Partizipation bei Frauen wird auf deren Lebenssituation zurückgeführt.“ (Kuhn, 2005: 405) Es wird argumentiert, dass Haushalt und Familie beziehungsweise die Doppelbelastung von Haushalt und Familie plus Beruf keine Zeit für das Thema Politik übriglässt – anders soll dies bei den Männern sein (Kuhn, 2005: 405). Aus einer feministischen Perspektive heraus wird das „männliche Konzept von Politik“ kritisiert. Das politische Verständnis von Frauen und Männern wird in zwei Kategorien geteilt: So seien Männer eher instrumentell, konkurrenz- und machtorientiert, während Frauen empathisch, kooperativ und mit einer ganzheitlichen Betrachtungsweise an politische Themen herangehen (Kuhn, 2005: 409).

Auch Eltern beeinflussen das geschlechterspezifische politische Interesse ihrer Kinder durch die meist unterschiedliche Behandlung von Mädchen und Jungen bei politischen Themen (Kuhn, 2005: 407). Eine weitere Sozialisationsinstanz, die Massenmedien, präsentieren oft Geschlechterstereotypen und tragen so zu einer weiteren Polarisierung bei (Kuhn, 2005: 408). Den Einfluss, den Medien auf Geschlechtsrollenbilder haben, darf keinesfalls unterschätzt werden. „In der Medienberichterstattung spiegelt sich die mangelnde Präsenz von Frauen in der Politik wider, die eine der Ursachen für ein geringes politisches Interesse und eine geringere Nutzung von Medien zur politischen Information bei weiblichen Jugendlichen sein kann.“ (Kuhn/Schmid, 2004: 80f). Den Rezipientinnen und Rezipienten wird dadurch ein Bild vermittelt, dass „Frauen gesellschaftlich weniger relevant“ seien (Kuhn, 2005: 408). Generell führt dieses Gefühl der Ausgeschlossenheit dazu, dass Frauen der Politik eher skeptischer und unmotivierter gegenüberstehen (Kuhn, 2005: 411). Auch Zugangsbarrieren zu „für Frauen politisch relevanten Sektoren der Gesellschaft, das durchschnittlich niedrige Bildungsniveau von Frauen sowie die Diskriminierung von Frauen in Bezug auf die berufliche Karriere“ (Kuhn/Schmid, 2004: 72), sind zentrale Problemfelder. In den vergangenen Jahren konnte beobachtet werden, dass sich bei der jüngeren Generation diese Faktoren langsam, aber stetig angleichen (Kuhn/Schmid, 2004: 72).

Die Betrachtungsweise, dass besonders Männer mehr an Politik interessiert sind als Frauen steht regelmäßig unter feministischer Kritik. Besonders in der sogenannten „*Malestream-Forschung*“ werden Frauen oft als „unterentwickelt in Bezug auf Vernunft, Moral und politische Kompetenz und daher untauglich für Politik“ (Kuhn/Schmid, 2004: 73) beschrieben. Aufgrund dieser scheinbar attestierten politischen Desinteressiertheit werden Frauen als emotionale, politikverdrossene und nur an ästhetischen Aspekten der Politik interessierten Personen dargestellt (ebd., 2004: 73). Im schlimmsten Fall wird ihnen sogar das Attribut „schlechtere Demokraten“ zugeschrieben (ebd., 2004: 73). Trotz dieser scharf zu kritisierenden Sichtweise,

müssen Unterschiede zwischen Frauen und Männern eingeräumt und gewürdigt werden. Denn Frauen haben andere politische Interessen und sind an anderen politischen Problemfeldern interessiert, als Männer (ebd., 2004: 73). Dass Forschungen und Studien immer wieder zu dem Ergebnis kommen, Frauen hätten kein oder nur wenig Interesse an Politik, hängt meist damit zusammen, dass jene politischen Themenbereiche, für die sich Frauen interessieren, gar nicht erst vorkommen (ebd., 2004: 73). Zu diesen Politikfeldern, für die sich Frauen eher stärker interessieren zählen zum Beispiel „sozialpolitische Themen (z.B. Renten, Gesundheit und Arbeitsmarkt), Themen der neuen sozialen Bewegungen (z.B. Umwelt, Frieden, Dritte Welt) oder Politik gegenüber Minderheiten (z.B. Ausländer und Asylpolitik).“ (ebd., 2004: 73).

### 3 Aktueller Forschungsstand

Während der – schon öfters erwähnte – digitale Wandel um sich greift, stellt sich zwangsläufig die Frage, welche Auswirkungen dieser auf die Meinungsbildungsprozesse junger Menschen hat.

„Digitale Technologien prägen unsere Epoche. Sie verändern die Art und Weise, wie wir unseren Alltag organisieren, wie wir uns informieren, wie wir uns unterhalten, wie wir lernen, wie wir arbeiten und auch wie wir miteinander umgehen. (...) Jugendliche, die im digitalen Zeitalter aufwachsen, gelten in diesem Szenario als Trendsetter. Als AkteurInnen des digitalen Wandels geben sie der digitalen Gesellschaft der Zukunft die Richtung vor.“ (Großegger, 2019: 2)

Mit dem Internet haben wir die Möglichkeit bekommen, mit Millionen von Menschen – unabhängig von Raum und Zeit – zu kommunizieren. Das alte Sender-Empfänger-Modell hat ausgedient, denn durch das Internet können Empfänger zu Sendern werden oder umgekehrt (Metzges, 2012: 262). In Österreich nutzen 80 % der Bürgerinnen und Bürger das Internet. In der Altersgruppe der 15- bis 20-Jährigen sind es sogar 100 %. Davon sind wieder um 81 % mehrmals täglich online (Spectra Marktforschung, 2017: 2). Das Erkenntnisinteresse dieser empirischen Forschung liegt darin, ein tieferes Verständnis über die Mediennutzung junger Erwachsener und in weiterer Folge die politische Meinungsbildung in Zeiten des digitalen Umbruchs zu erfahren.

#### 3.1 Die Informationsquelle der Jugendlichen

„Noch bis zum Beginn des 21. Jahrhunderts waren die herkömmlichen Massenmedien Fernsehen, Presse und Radio als die zentralen meinungsbildenden Kommunikationsplattformen auch für Jugendliche angesehen worden.“ (Groebel, 2016: 129) Wollen sich Jugendliche zu bestimmten Themen informieren, dann greifen sie zuallererst auf Medien zurück (Schorb, 2008: 154). Danach folgen Freunde, Schule und die Familie. Spannend ist aber, dass obwohl Jugendliche Medien ihren Eltern als Informationsquelle vorziehen, die Glaubwürdigkeit der Eltern immer noch als höher angesehen wird (Schorb, 2008: 154). Wie schon im Kapitel 1.1 *Problemaufriss und Forschungsinteresse* erwähnt, sind es Massenmedien, die Jugendliche noch vor ihren Eltern, der Schule oder Gleichaltrigen als wichtigste Quelle für Informationen zu politischen Themen heranziehen. Kinder kommen durch ihre Eltern in jungen Jahren mit Medien in Berührung. Welche Gewichtung sie den Medien zuschreiben, hängt dann stark von ihren Eltern ab (Hoffmann/Mikos, 2010: 7). „Wie bei anderen Entwicklungsprozessen auch, spielen Eltern in der Mediensozialisation von Kindern und Jugendlichen eine wichtige Rolle – die ersten Medienerfahrungen finden zumeist in der eigenen Familie statt und Eltern geben (...) implizit durch Vorbildverhalten Wissen und Einstellungen zu Medien weiter.“ (Pfetsch,

2018: 127) Hoffmann und Mikos bezeichnen Medien daher als „kultivierend“ (Hoffmann/Mikos, 2010: 7). „Vor allem politische Diskussionen im Familien- und Freundeskreis stimulieren die Informationssuche in den Massenmedien, und die Mediennutzung regt wiederum familiäre Diskussionen an.“ (Schulz, 2011: 168) Doch genau hier entwickelt sich aktuell ein weiteres Problemfeld. Denn immer weniger Haushalte haben Tageszeitungen oder Printmedien abonniert. Anders gesagt, immer mehr Eltern nehmen die Vorbildrolle der Zeitungleserin bzw. des Zeitunglesers nicht mehr wahr, da sie selbst kaum mehr Printmedien konsumieren (Schulz, 2011: 169). Der Umkehrschluss daraus, dass immer weniger Kinder und Jugendliche selbstverständlich zu Zeitungen greifen, ist daher kaum verwunderlich.

Informationen bilden für Jugendliche die „notwendige Grundlage für Meinungsbildung und gesellschaftliches Handeln“ (Wagner et al., 2014: 161) Als wichtigste Informationsquelle für Jugendliche dient das Internet, gefolgt von Fernsehsendungen und Zeitungen bzw. Zeitschriften (ebd. et al., 2014: 84). Suchmaschinen sind für 90,7 % der Jugendlichen der beliebteste Weg, um an bestimmte Informationen zu kommen. Nur ein kleiner Teil greift dafür auf Blogs oder Twitter zurück (ebd. et al., 2014: 91).

Häufig nutzen Heranwachsende sogenannte „Algorithmisch personalisierten Nachrichtenkanäle“. Das sind Online-Medien, die mithilfe von Algorithmen personalisierte Nachrichten an einzelne Userinnen und User verbreiten (Schweiger et al., 2019: 112). Beispiele dafür sind Facebook, Twitter, Instagram, Google oder auch WhatsApp (Schweiger et al., 2019). Diese tragen zur Veränderung der Informiertheit bei und können ein Problem bei der Meinungsbildung darstellen (Schweiger et al., 2019: 109). „Algorithmisch personalisierte Nachrichtenkanäle (APN) haben die Nachrichtennutzung, Informiertheit und Meinungsbildung vieler Bürger in den letzten Jahren erheblich verändert.“ (ebd. et al., 2019: 109). Die „stark personalisierte“ Auswahl dieser Kanäle wurde anfangs noch als sehr positiv betrachtet, da sie „den Überblick im Informationsdschungel erleichtert“ (ebd. et al., 2019: 109). Doch die Nachteile der zunehmend personalisierten Kommunikation im Netz zeigt sich heute unter anderem in der „Krise vieler Demokratien“ – wenngleich diese nicht vollständig auf digitale Medien zurückzuführen ist (Schweiger et al., 2019: 110). Die wachsende Beliebtheit und zunehmende Präsenz dieser auf Algorithmen basierender Medien kann unter anderem damit begründet werden, dass sie als „Retter in der Informationsflut“ wahrgenommen werden (Schweiger et al., 2019: 111). Userinnen und User werden durch den Algorithmus vor „meinungsdissonanten und unerwünschte Nachrichten (...)“ geschützt (Schweiger et al., 2019: 111). Wobei sich hier die Frage auftut, ob dieser „Schutz“ nicht auch den Nachteil hat, dass Bürgerinnen und Bürger umfassende Informationen verwehrt bleiben. Schweiger et al. (2019) fanden in ihrer Studie heraus, dass es einen Zusammenhang zwischen intensiver Nachrichtennutzung über algorithmisch personalisierte Kanäle und polarisierten Meinungslagen, gibt (Schweiger et al.,

2019: 116). Bei jungen Menschen (unter 30 Jahren) zeigte sich, dass „ein höherer APN-Nutzungsanteil eher mit steigender Weltoffenheit und politischer Mäßigung“ einhergeht (Schweiger et al., 2019: 116).

### **3.1.1 (Soziale-) Mediennutzung Jugendlicher**

Die Grundlagenstudie Internet und Demokratie hat für Österreich vier Internet-Nutzerinnen- und Nutzer-Typen definiert: (1) Sporadische Nutzerinnen und Nutzer, (2) Zweck-Nutzerinnen und -Nutzer, (3) Kommunikations-Nutzerinnen und -Nutzer, (4) Allround-User sowie 5) die Offlinerinnen und Offliner. (Ringer et al., 2013: o.S.) Jugendliche bzw. digital Natives können der Gruppe der Kommunikations-Nutzerinnen und -Nutzer zugeteilt werden. Für sie sind Internet und Web 2.0 selbstverständliche Begleiter (Ringer et al., 2013: o.S.). „Sie sind politisch interessiert und informieren sich auch im Netz, wobei sie der Politik im Allgemeinen tendenziell kritisch gegenüberstehen und mit Parteien im traditionellen Sinn wenig anfangen können. Politische Meinungsäußerung online, so eine deutliche Mehrheit in dieser Gruppe, sollte ausgebaut und ernster genommen werden.“ (Ringer et al., 2013: o.S.)

Das Medienverhalten junger Menschen unterliegt weitreichenden Veränderungen, denn soziale Medien lösen nach und nach traditionelle Informationsmedien ab (Politik im Alltag, 2017). Dass das Internet an sich nicht viel zu einem höheren Konsum von Nachrichtenmedien beiträgt, zeigt eine aktuelle Studie der Spectra Marktforschung: Tageszeitungen lesen nur 17 % der 15- bis 20-Jährigen online, davon nutzen wiederum nur 11 % die jeweiligen Apps der Nachrichtenmedien. Generell erfolgt das Lesen von Tageszeitungen eher analog als digital. Aber unter den jungen Erwachsenen zwischen 15 und 20 Jahren, liest ein Drittel gar keine Tageszeitungen (Spectra Marktforschung, 2018: o.S.).

Das Aufkommen der sozialen Medien, wie eben Facebook, Twitter, Instagram oder WhatsApp, lässt die traditionellen Medien noch nicht ganz obsolet werden. Zeitungen haben den Vorteil, dass sie über einen langen Zeitraum viel Vertrauen von Rezipientinnen und Rezipienten erhalten haben. Dank dieser hohen journalistischen Standards bleiben diese Nachrichtenmedien auch in Zeiten von Social Media noch eine beliebte Informationsquelle (Metzges, 2012: 263). Jedoch werden Fernsehen oder Print für ganze Gruppen an Personen immer unwichtiger (Schmidt et. al. 2017: 358). Eine Studie von Reuters International aus 2017 ergab, dass das Fernsehen für fast die Hälfte aller Internetnutzer immer noch an der Spitze der Informationsquellen für Nachrichten ist. Bei den 18- bis 24-Jährigen aber hat das Internet als Informationsquelle aufgeholt (Schmidt et. al. 2017: 359). „Diese Ergebnisse verdeutlichen, dass das Internet mittlerweile zwar eine etablierte, gerade für junge Erwachsene auch sehr zentrale, aber eben keinesfalls die einzige wichtige Informationsquelle ist.“ (Schmidt et al., 2017: 358) Soziale Medien tragen die Rolle als „Plattform für Informationsverbreitung und

Meinungsbildung“ (ebd., 2017: 358). Es kann beobachtet werden, dass gerade bei jüngeren Menschen soziale Medien einen höheren Stellenwert einnehmen. Ihre Meinungsbildungsrelevanz der neuen Medien sollte bei über 18-jährigen aber dennoch nicht überschätzt werden (ebd., 2017: 358).

### WhatsApp, Instagram und Co

Hier wird nun kurz darauf eingegangen, welche Rolle bestimmte soziale Netzwerke für die Jugendlichen spielen. Aufgrund ihrer Komplexität und der Tatsache, dass sie ständigen Veränderungen unterliegen, könnte jedem einzelnen ein eigenes Kapitel – oder gar eine eigene Arbeit – gewidmet werden. Um den in der Diskussion der Forschungsergebnisse besprochenen sozialen Medien einen Kontext zu geben, werden die wesentlichsten hier überblicksmäßig dargestellt.

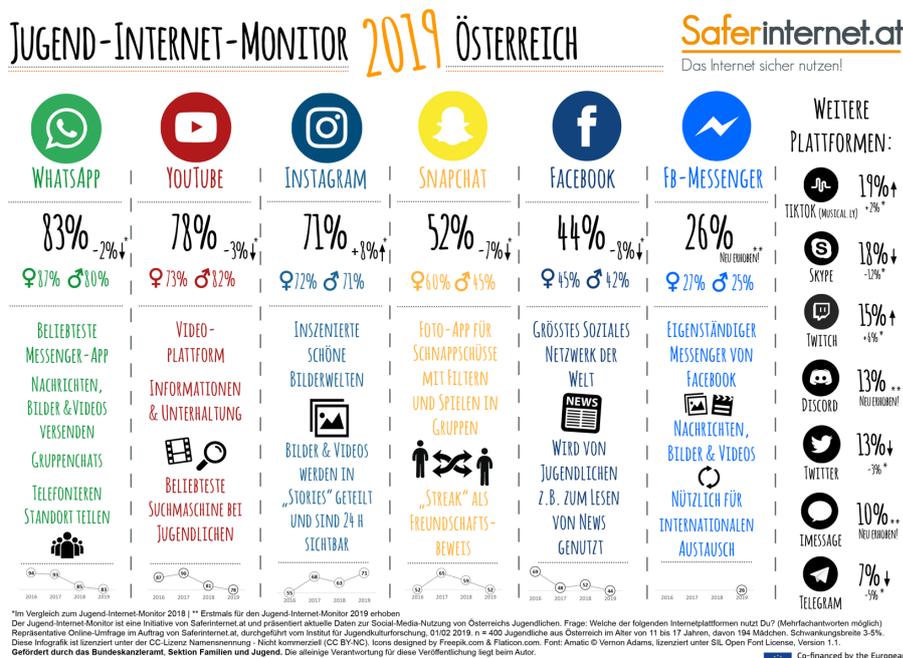


Abb. 1: Beliebteste Social Media Plattformen Österreichs 2019 (saferinternet.at, 2019)

Die unterschiedlichen Social Media Plattformen zeichnen sich durch ihre „eigene Persönlichkeit“ und verschiedene Funktionen aus (Pew Research Center, 2010: o.S.). Bis zuletzt war Facebook noch an der Spitze der beliebtesten Plattformen. Doch mittlerweile nutzen immer weniger Jugendliche das bekannte soziale Netzwerk. Im Jahr 2018 gehörten für Jugendliche in den USA YouTube, Instagram und Snapchat zu den drei beliebtesten Social Networks (Anderson et al., 2018a: 2). Österreichweit sind gegenwärtig WhatsApp, YouTube und Instagram auf den Top-3-Plätzen (saferinternet.at, 2019). Anhand dieses Rankings wird deutlich, dass die direkten Kommunikationsmöglichkeiten des Web 2.0 für Jugendliche einen höheren Stellenwert haben, als die Unterhaltungs- und Informationsangebote des Internets (Großegger, 2019: 3). Besonders in der Altersgruppe der 12- bis 15-Jährigen ist WhatsApp täglicher Begleiter (Seckler,

2015: 236). Mit dem sozialen Medium „organisieren sie nahezu alle Bereiche ihres Lebens“ (ebd., 2015: 235). Instagram ist die Plattform zum Zuschauen, Liken und Kommentieren (Großegger, 2019: 6). Hier erhalten Themen wie Fotografie, Reisen, Essen, Lifestyle, Mode und Sport die größte Aufmerksamkeit der Jugendlichen (Großegger, 2019: 6).

Ein weiteres soziales Medium, das auf keinen Fall unterschätzt werden darf ist YouTube. Die Videoplattform zeichnet sich durch ihre Vielfältigkeit aus: Von den klassischen Musik-Videos über Internet Memes, „Let’s Play Videos“ oder Tutorials von Lifestyle Bloggerinnen und Bloggern bis hin zu politischen Inhalten, finden sich auf YouTube die unterschiedlichsten Genres (Rösch, et al, 2013:45f). Gleichzeitig entwickeln sich laufend neue Formate. Dabei ist YouTube sehr stark von einem Community-Gedanken geprägt: „Jugendliche sind jedoch in großen Teilen bei YouTube angemeldet, sie interagieren untereinander und insbesondere mit den „Stars“, also Nutzerinnen und Nutzern mit größerer Reichweite, einer Vielzahl an Kommentaren, „Videoantworten“ und Bewertungen. (...) Die Plattform und damit auch die Videos sind oft interaktiv, persönlich, polarisieren und/oder zelebrieren subkulturelle Phänomene.“ (Rösch, et al., 2013: 46)

#### Je aktueller, desto besser

Eine von Wagner et al. (2014) durchgeführte Studie ergab, dass für 12- bis 19-jährige Jugendliche die Themen Kinder-, Jugend- und Menschenrechte, Krieg und Frieden sowie Umwelt, Natur und Klima zu den am wichtigsten medial behandelten Themen gehören. Andere politische Themen wie Parteien, die EU/Nato oder UNO oder Wirtschaft und Arbeitsmarkt rangieren auf den niedrigeren Plätzen (Wagner et al., 2014: 75). Dass ähnliche Bereiche die Jugendlichen auch vor der EU-Wahl 2019 beschäftigten zeigte die Jugendumfrage der Österreichischen Gesellschaft für Europapolitik (ÖGfE). Diese kam zum Ergebnis, dass zu den wichtigsten europapolitischen Themen für Jugendliche Klima- und Umweltschutz, die „Kluft zwischen Arm und Reich“, die Flüchtlingspolitik und die Themen Arbeit sowie Menschenrechte gehören (oegfe.at, 2019: o.S.). Eine weitere spannende Erkenntnis von Wagner et al. (2014) ist, dass für die Jugendlichen die Aktualität der Nachrichten einen sehr hohen Stellenwert einnimmt (ebd. et al., 2014: 57). Das Internet bedient damit die „sehr ausgeprägte On-demand-Mentalität der Jugendlichen perfekt“ (Großegger, 2019: 2). Das spricht natürlich für online Medien, die laufend aktualisiert werden können, um sich so über die neuesten Geschehnisse zu informieren. Jugendliche ab 16 Jahren legen zudem vermehrt Wert darauf, dass die Informationen überprüft sind und aus offiziellen Quellen stammen und auch, dass verschiedene Meinungen dargestellt werden (Wagner et al., 2014: 59). Und je älter die Jugendlichen sind, desto wichtiger ist es ihnen, dass sie über klassische politische Themen informiert werden (Wagner et al., 2014: 112). Kommt es auf den Stellenwert von gesellschaftlich relevanten Themen an, spielt die Bildung der Jugendlichen eine wichtige Rolle: „Jugendliche mit niedrigerer

Bildung äußern weniger Interesse daran, zu Themen aus den klassischen Politikbereichen informiert zu werden, während sie einige sozialpolitische Themen und solche, die näher an ihrer Lebenswelt sind, wie etwa das Thema ‚Bildung/Ausbildung/ Beruf‘, höher gewichten.“ (Wagner et al., 2014: 113)

### **3.1.2 Medienkompetenz in Zeiten „neuer“ Medien**

„In den vielfältigen Lebens- und Medienwelten des 21. Jahrhunderts erlangen mediale Kompetenzen als Teil umfassenderer sozialer und kultureller Kompetenzen eine besondere Bedeutung.“ (Mikos, 2004: 168) Medienkompetenz entsteht aus dem „Zusammenspiel von Medialität und Bildung“ (Bauer et al., 2014: 7). Das Phänomen der Medialität beschreibt: „nichts was gesellschaftlich relevant ist oder sein soll, lässt sich machen ohne Medien, besser: ohne Mediengebrauch.“ (Bauer et al., 2014: 8). Jugendliche lernen den Umgang mit neuen Medien meistens mit „Learning-by-doing“ (Seckler, 2015: 235). Das kann mitunter daran liegen, dass diese neuen Medien für ihre Eltern oder Lehrerinnen und Lehrer Neuland bedeuten. Interessant ist, dass hier besonders der Freundesgruppe ein wichtiger Stellenwert zugeschrieben wird (ebd., 2015: 235). In den Peergroups „lernen die jugendlichen den Umgang mit den für sie relevanten Medien, entwickeln eigene Guidelines und in ihrer Gruppe sozial akzeptierte Verhaltensweisen.“ (Seckler, 2015: 235)

Für Mikos (2004) entwickelt sich Medienwissen und Medienkompetenz „in der aktiven Auseinandersetzung der Kinder und Jugendlichen mit Medien in allen vier Instanzen. Das heißt, die Vermittlung von Medienwissen erfolgt sowohl im Elternhaus, in der Schule, in der Peergroup und im Umgang mit den Medien selbst.“ (ebd., 2004: 168) Am Begriff selbst kritisiert Mikos jedoch, dass er zu eng auf Medien bezogen sei. Denn kommunikative und mediale Kompetenzen haben viel weitreichendere Einflüsse in den Alltag. Als soziale sowie kulturelle Kompetenz helfen sie dabei Beziehungen untereinander zu regeln und sind so kulturschaffend (ebd., 2004: 165). „Gerade für die Entwicklung und Ausbildung von Subjektivität und Identität sind soziale, kulturelle und kommunikative Kompetenzen unverzichtbar. Wenn soziale und mediale Wirklichkeit sich im Alltag der Menschen vermischen, dann sind soziale Handlungskompetenzen, die auch den Umgang und die Nutzung von Medien (mit)bestimmen, wichtig um alltägliche Lebenssituationen zu bewältigen.“ (Mikos, 2004: 165) Ein Grund für die große Beliebtheit von Medien bei den Jugendlichen ist, dass sie stets zur Verfügung stehen und das – aufgrund der großen Vielfalt – für jeden etwas dabei ist (Hoffmann, 2002: 11). Aus dem Konsum unterschiedlicher medialer Inhalte können sich für Jugendliche sowohl Vor- als auch Nachteile ergeben (Schorb, 2008: 151; Bohmann/Schupp, 2016: 1100). Das kommt einerseits darauf an, wie „exzessiv“ sie diese nutzen (Bohmann/Schupp, 2016: 1100). Andererseits sind auch die Inhalte, die konsumiert werden, ausschlaggebend (Schorb, 2008: 151). Diese

negativen Auswirkungen werden besonders in der Öffentlichkeit häufig problematisiert (Schorb, 2008: 151). Zum Beispiel werden gerne Zusammenhänge zwischen „amoklaufender junger Menschen und ihrer Nutzung violenter Computerspiele“ gesehen (Schorb, 2008: 151). Auf diese spezifische Problematik wird in der vorliegenden Forschungsarbeit nicht näher eingegangen. Vielmehr geht es um die Einflüsse der Medien auf die politische Sozialisation und das Informationsverhalten von Jugendlichen sowie um die Meinungsbildung.

Schorb (2008) hält einleitend fest, dass „im Gegensatz zur Bedeutung, die den Medien für die politische Sozialisation zugemessen wird, es nur wenige über die Jahrzehnte verstreute Untersuchungen zur politischen Sozialisation durch Medien gibt.“ (ebd. 2008: 151f) Durch diesen evidenten Einfluss der Medien auf das Leben der Jugendlichen wird auch der Schrei nach Medienkompetenz immer lauter. „Die Vermittlung von Grundkompetenzen im Umgang mit den neuen Medien, die in der Freizeit der Jugendlichen allgegenwärtig geworden sind, ist für den Bildungsbereich zu einer zentralen pädagogischen Aufgabe geworden (...).“ (Bohmann/Schupp, 2016: 1102) Dass der Strukturwandel in den Medien ein Umdenken in der Medienpolitik erfordert, wurde schon in den späten Neunzigerjahren thematisiert (Mai, 1998: 13). Die „neuen Medien“ haben sich seit Mitte der 1990er Jahre etabliert. Heute umfasst dieser Begriff ein sehr weites Feld und meint „all jene technischen Kommunikationsmittel, mit denen auf eine bisher noch nicht mögliche Art und Weise Inhalte dargestellt werden“ (Kirpal/Vogel, 2006: 137). Die neuen Medien haben natürlich auch den Medienkonsum stark verändert. Diese technisch-wirtschaftlichen Entwicklungen sind Gründe für die Etablierung neuer Formen der Meinungsbildung (Kuhn, 1959: 58). „Heute durchdringen digitale Medien alle Lebensbereiche. Deshalb müssen alle Kinder und Jugendlichen – letztlich auch alle Bürgerinnen und Bürger – die Chance erhalten, die Medienkompetenz zu entwickeln, die sie dazu befähigt, souverän und selbstbestimmt mit Medien umzugehen.“ (Kleindiek, 2014: 9) An dieser Stelle erhält Medienkompetenz einen ganz neuen Stellenwert. Dabei sollte das Augenmerk, wie Kleindiek (2014) betont, nicht nur auf Kinder und Jugendliche gelegt werden, auch die Generation der Eltern oder Großeltern sollte in diesen Diskurs miteinbezogen werden (Pfetsch, 2018: 111). Denn sie sind es, die „zunehmend und in großem Umfang digitale Medien“ konsumieren (Pfetsch, 2018: 111). Erziehungswissenschaftler und Medienpädagoge Dieter Baacke formte 1997 bereits den Begriff der Medienkompetenz. Ziel dieser Kompetenz soll es sein, Kindern und Jugendlichen notwendige Werkzeuge zu vermitteln. Diese sollen ihnen dabei helfen, Medien kritisch und reflektiert zu betrachten (Baacke, 1997: 98). Medienkompetenz beinhaltet demnach Medienkritik, Medienkunde, Mediennutzung und Mediengestaltung (Baacke, 1997: 98f.).

### Neue, digitale Herausforderungen

Die Grenzen zwischen der Online- und Offlinewelt verschwimmen immer mehr (Großegger, 2019: 2). Unsere Kommunikation wird heute zwangsläufig von digitalen Medien geformt und

geprägt. Moderne Technologien bilden die Basis dieser neuen Medien (Žuran et al., 2014: 496). Diese entwickeln sich heute so schnell, dass kaum eine wissenschaftliche – geschweige denn individuelle – Reflexion möglich wäre (ebd., 2014: 496). Der schnelle, technologisch bedingte Medienwandel erfordert eine zukunftsorientierte Medienkompetenz, die sich an die neuen Gegebenheiten anpasst (Žuran et al., 2014: 496). Digitale Medien „beeinflussen auch zunehmend unser Verständnis der Vergangenheit, schaffen neue Formen des Erinnerns und der Vermittlung von Geschichte.“ (Huhtasaari, 2015: 209) Das ist besonders dann wichtig, wenn man bedenkt, dass Geschichte einen integralen Teil politischer Bildung darstellt (ebd., 2015: 209). „Die digitale Welt und der Umgang mit ihr ist für Kinder und Jugendliche heute eine Selbstverständlichkeit, mit der sie heranwachsen.“ (Huhtasaari, 2015: 210) Um Jugendlichen Medienkompetenz zu vermitteln, braucht es einen „dynamischeren, kommunikativeren, offeneren Ansatz“, der direkt an ihre Alltagswelt anknüpft (Žuran et al., 2014: 504)

Die Schwierigkeit unserer Informationsgesellschaft in dieser Phase der Digitalisierung ist schon lange nicht mehr die Frage nach dem „wie komme ich zu Informationen?“. Vielmehr lautet die Herausforderung nun, wie mit diesen vielen Informationen kritisch und richtig umgegangen werden soll (Huhtasaari, 2015: 210). Diese kritische Mediennutzung wird unter dem Begriff „Media Literacy“ behandelt (Bauer, 2014: 19). Media Literacy ermöglicht Bürgerinnen und Bürgern, sich in der vom digitalen Wandel betroffenen Medien- und Nachrichtenwelt zurechtzufinden (European Commission, 2019: o.S.). Die Europäische Kommission verwendet den Begriff Media Literacy vor allem, wenn es um den Kampf gegen die Verbreitung von Desinformationen, falsche Nachrichten bzw. „Fake News“ geht (European Commission, 2019: o.S.) Denn heute ist es einfacher denn je, Informationen, Bilder oder Videos zu manipulieren (Huhtasaari, 2015: 210). Doch nicht nur gefälschte Informationen bergen eine Gefahr, auch aus dem Zusammenhang gerissene Informationen oder Plagiate schwirren im Netz herum (ebd., 2015: 210). Daher sollte auch angemessene Quellenkritik im digitalen Zeitalter ein fester Bestandteil in der politischen Bildung sowie integraler Teil von Medienkompetenz werden (Huhtasaari, 2015: 210). „Denn nur wer Informationen einschätzen, quellenkritisch hinterfragen und vermitteln kann, wird sich in der digitalen Gesellschaft aktiv beteiligen und einbringen können.“ (Huhtasaari, 2015: 210)

### 3.2 Demokratie im Web 2.0

Das Internet alleine fördert politisches Interesse an sich nicht, es hilft politisch interessierten Personen jedoch dabei, einfacher an Informationen heranzukommen (Ringer et al., 2013: o.S.).

„Das Internet revolutioniert die Art und Weise, wie sich Menschen informieren, welchen Informationen sie vertrauen, wofür sie sich interessieren, was sie für veränderbar oder unveränderbar halten, und am Ende auch, wie und mit wem sie handeln. Für Demokratien,

die regelmäßig von Wahlentscheidungen vieler Menschen abhängen, wird all dies mit einer Veränderung der politischen Spielregeln und Verschiebungen von Macht und Einfluss einhergehen.“ (Metzges, 2012: 262)

Durch das Internet und Web 2.0 ergeben sich Chancen sowie Gefahren für die Demokratie. Einerseits wird die Transparenz gefördert, andererseits werden durch das veränderte Informationsverhalten, populistische Kampagnen leichter möglich gemacht (Metzges, 2012: 266). Social Media im Speziellen, hat zur Veränderung der Kommunikation zwischen Parteien bzw. Politikerinnen und Politikern und den Wählerinnen und Wählern – aber auch den Journalistinnen und Journalisten – geführt (Ringer et al., 2013: o.S.). Die Relevanz von Web 2.0 in der politischen Kommunikation lässt sich auch anhand der zunehmenden „liebvoll befüllter Twitter- und Facebook-Accounts“ von Politikerinnen und Politikern, ablesen (Metzges, 2012: 263). Doch ähnlich wie die ersten politischen Werbekampagnen im Fernsehen oder im Radio, werden die politischen Möglichkeiten des Internets oder Web 2.0 nach und nach erkannt (Lehmann Schlozman et al., 2010: 498). „Unabhängig von groß angelegten Projekten der E-Partizipation ist gerade hier, im Wandel der alltäglichen Kommunikation, ein bedeutender Einfluss der digitalen Revolution auf die politische Praxis gegeben.“ (Ringer et al., 2013: o.S.)

Vom Arabischen Frühling bis zur #MeToo-Bewegung: Auch international haben Internet und Social Media in den vergangenen Jahren eine ganz wesentliche Stellung im politischen Wahlkampf oder politischen Protesten erhalten (Smith et al., 2019: 3). Welche Macht Social Media tatsächlich hat, zeigt sich unter anderem auch dann, wenn beispielsweise Regierungen beschließen, soziale Netzwerke nach bestimmten Ereignissen stillzulegen (Smith et al., 2019: 3)<sup>1</sup>. Auch in den USA ist eine Veränderung der Demokratie durch das Internet bemerkbar (Lehmann Schlozman et al., 2010: 487). Das Internet erleichtert es politischen Parteien, Informationen zu verbreiten oder Wählerinnen und Wählern zu rekrutieren (ebd. et al., 2010: 488). Die Social Media Profile von Politikerinnen und Politikern werden in einen sozialen Kontext eingebettet – Wählerinnen und Wähler werden zu Fans und Freunden (ebd. et al., 2010: 501). Doch aktuell bieten diese Plattformen noch eher ein Forum für politische Gespräche und sind weniger Ort für organisierte politische Aktivitäten (ebd. et al., 2010: 501). Die interaktiven Möglichkeiten des politischen Engagements auf sozialen Netzwerken können zur klassischen Offline-Partizipation oder gar zu neuen partizipatorischen Formen führen (ebd. et al., 2010: 501). Dennoch darf nicht auf folgende Tatsache vergessen werden: „Die sozialen Netzwerke wie Facebook sind nicht zum Zwecke demokratischer Diskurse entwickelt worden, sondern um Interessen und Verhalten ihrer Nutzer zu analysieren, zu kategorisieren und diese Informationen an Dritte für Werbezwecke zu verkaufen.“ (Bendiek et al., 2019: 3)

---

<sup>1</sup> Zum Beispiel hat die Regierung von Sri Lanka nach den „Easter day bombings“ soziale Netzwerke und Messenger-Services stillgelegt (Smith et al., 2019: 3).

Eine in den USA durchgeführte Studie kam zum Ergebnis, dass Social Media und die „Mainstream-Presse“ andere Agenden behandeln (Pew Research Center, 2010: o.S.). Politische Themen, die sonst eher in klassischen Massenmedien behandelt werden, werden online vor allem in Blogs oder auf YouTube behandelt (Pew Research Center, 2010: o.S.). Moderne Medien und Web 2.0 eröffnen neue Räume, in denen Nachrichten geteilt werden oder sogar entstehen können. „While most original reporting still comes from traditional journalists, technology makes it increasingly possible for the actions of citizens to influence a story’s total impact.“ (Pew Research Center, 2010: o.S.)

### **3.2.1 Spannungsfeld Internet in der Europäischen Union**

Im Internet reagiert die Zivilgesellschaft sehr schnell – „Bürger können massenhaft und wirkungsvoll ihre Meinung zu einer diskutierten Politik äußern, bevor eine Entscheidung getroffen wird.“ (Metzges, 2012: 264) Das stetig wachsende digitale Umfeld, mit dem europäische Bürgerinnen und Bürger konfrontiert werden, eröffnet ihnen neue Möglichkeiten an Informationen und Meinungen zu kommen. Gleichzeitig aber steigt dadurch das Potenzial falscher Informationen bzw. „Fake News“ (European Commission, 2018: 10). Diese negative Entwicklung kann unter Umständen zur Gefährdung demokratischer Prozesse, nationaler Sicherheit oder dem Sozialgefüge führen (European Commission, 2018: 10). Und das, obwohl es in der Europäischen Union nicht nur starke politische Institutionen gibt, sondern auch eine vielseitige Medienlandschaft gibt (European Commission, 2018: 10).

Fake News können als eine Art der Desinformation verstanden werden und sind per se kein neues Phänomen (Gelfert, 2018: 103). Jedoch führen gezielte Manipulation sowie kognitive Verzerrung auf sozialen Medien zu einem noch höheren Gefahrenpotenzial von Fake News (Gelfert, 2018: 113). Der Begriff „Fake News“ wird wissenschaftlich kontrovers diskutiert und ist schwierig abzugrenzen. Aufgrund der Annahme, dass Fake News auch bei politischen Prozessen eine wichtige Rolle spielen, ist es umso wichtiger, dass eine klare Begriffsbestimmung dafür zu finden (Gelfert, 2018: 85). Gelfert (2018) definiert Fake News folgendermaßen: „Fake news, I argue, is best defined as the deliberate presentation of (typically) false or misleading claims as news, where the claims are misleading by design.“ (ebd., 2018: 85f).

Die Europäische Kommission spricht eher von Desinformation und vermeidet den Begriff Fake News. Desinformation umfasst alle Formen falscher, ungenauer oder irreführender Informationen, die entworfen, präsentiert und beworben wurden, um vorsätzlich Schäden für die Öffentlichkeit oder zum Wohle der Allgemeinheit zu verursachen (European Commission, 2018: 3). Desinformation inkludiert auch gesetzeswidrige Sprache wie Verleumdung, Hate-Speech oder den Aufruf zur Gewalt (European Commission, 2018: 10). Um Desinformation in der

Europäischen Union zu bekämpfen, benötigt es mehrere Lösungsansätze, da mehrere Problemfelder vorherrschen (European Commission, 2018: 11). In einem Bericht der Europäischen Kommission werden vier Akteure genannt, die zur Desinformation beitragen: (1) Politische Akteure, die bspw. versuchen, das europäische Mediensystem und die europäischen Prozesse zu untergraben. (2) Nachrichtenmedien, da nicht alle dieselben journalistischen Standards und Professionalität aufweisen und somit zur Verbreitung von falschen Informationen beisteuern können. Dadurch wird zudem auch das allgemeine Vertrauen der europäischen Bevölkerung in die Medien geschwächt. (3) Bürgerinnen und Bürger, die entweder einzeln oder in Gruppen falsche und irreführende Informationen verbreiten. Besonders stark polarisierten Gesellschaften, wo wenig Vertrauen in traditionelle Medien herrscht – dies bildet einen Nährboden für ideologisch motivierte Desinformation. (4) Digitale Medienunternehmen (besonders jene aus den USA), stellen für immer mehr europäische Bürgerinnen und Bürgern Plattformen zur Informationsbeschaffung dar. Sie sind daher „Enabler“ und Gatekeeper von Informationen. Problematisch ist, dass diese Unternehmen immer mächtiger werden und auch schon zur Produktion und Zirkulation von falschen Informationen – in einem sehr großen Umfang – beigetragen haben (European Commission, 2018: 11f)

### **3.2.2 Social Media in der politischen Meinungsbildung**

Sind junge Menschen auf der Suche nach Informationen zu Parteien oder Politikerinnen und Politikern, greifen sie oft auf das Internet zurück. 16- und 17-Jährige informieren sich am häufigsten bei den Websites der Parteien selbst, danach folgt Facebook; Twitter wird kaum genutzt (Kritziger et al., 2017: 43). Kritziger et al. fanden ebenfalls heraus, dass politisches Interesse und Wissen mit der Nutzung neuer Medien wie Facebook einhergeht (ebd. et al., 2017: 47): „Analysen bezüglich der Nutzung dieser neuen Medien ergaben, dass besonders ErstwählerInnen diese Angebote stark nutzen, sowie, dass diese von politisch interessierten Jugendlichen genutzt werden, wodurch sich das politische Wissen erhöht.“ (Kritziger et al., 2017: 47f)

Der Großteil von Userinnen und Usern hat beim allgemeinen Nutzen von Social Media keinen politisch motivierten Hintergrund. Dennoch zeigt eine Studie von Diehl et al. (2016), dass sie durch soziale Netzwerke einer größeren Vielfalt politischer Themen ausgesetzt werden (ebd., 2016: 1888). „In addition, the technology seems to be stimulating persuasion through normative discussion attributes: network heterogeneity and political discussion diversity.“ (Diehl et al., 2016:1888f.) Außerdem zeigt die Studie, dass Nachrichten auf sozialen Netzwerken durchaus einen Einfluss auf die politische Überzeugung haben:

“When people come to these websites for the specific purpose of connecting with friends or family, or to meet new people, they also become more likely to reconsider their political

views in light of content they came across on their social network. We find that social uses of social media directly influence political persuasion.” (Diehl et al., 2016:1889).

Die Ergebnisse der Studie von Diehl et al. zeigen, dass interpersonale Interaktionen auf sozialen Netzwerken keinesfalls unterschätzt werden dürfen. Sie haben das Potenzial den politischen Diskurs zwischen Personen mit unterschiedlicher Meinung zu fördern. Das wiederum kann dazu führen, dass Userinnen und Usern offener gegenüber anderen politischen Einstellungen werden (Diehl et al., 2016:1889). Zu einem ähnlichen Ergebnis kam eine Studie des Pew Research Centers: Jugendliche empfinden es als positiv, dass soziale Netzwerke dabei helfen, sich mit anderen zu verbinden (Anderson et al., 2018a: 6). Durch das Nutzen sozialer Medien werden ihnen nicht nur neue Standpunkte eröffnet, sondern sie können durch die Plattformen auch einfacher mit einer diverseren Personen-Gruppen interagieren (Anderson, 2018b: 2): „Young people also believe social media helps teens become more civically minded and exposes them to greater diversity – either through the people they interact with or the viewpoints they come across.“ (ebd., 2018b: 3)

Soziale Medien geben Jugendlichen die Möglichkeit, sich schnell mit Freunden oder der Familie zu Verbinden und ihr Leben durch Fotos, Videos oder Posts zu teilen. Sie sehen diese Plattformen als Möglichkeit Neues über die Welt zu lernen, sind sich aber auch über deren Gefahren bewusst (Anderson, 2018b: 4). Eine Studie mit Jugendlichen in den USA ergab, dass über Themen wie Politik oder Religion nur sehr selten in sozialen Netzwerken gepostet wird (Anderson, 2018b: 4). Spannend ist auch, dass nur ein kleiner Teil der Jugendlichen angibt, über Social Media vertrauensvolle Informationen zu erhalten (Anderson, 2018b: 9).

Allgemein wurde die Kommunikation rund um Wahlen durch Social Media viel einfacher und effizienter. Es besteht eine erhöhte Gefahr an der Verbreitung von falschen Informationen (European Commission, 2018: 12). Welche möglichen Auswirkungen diese Online-Kampagnen auf das Wahlverhalten der Bürgerinnen und Bürger hat, muss aber noch genauer untersucht werden (European Commission, 2018: 12).

### 3.3 Politik im Leben der Jugendlichen

Das Verhältnis zwischen der Jugend und der Politik ist geprägt von Unzufriedenheit. Zwar haben die Jugendlichen eine hohe Erwartungshaltung, gleichzeitig sehen sie wenige Chancen zur Teilhabe oder Mitsprache (Tham, 2008: 33). „Sie fühlen sich von der Politik nicht ernst genommen.“ (Tham, 2008: 33) Es scheint fast so, als gäbe es mittlerweile einen Konsens darüber, dass Jugendliche heute unpolitisch sind (Herzig Gainsford et al., 2017: 1) Stimmt diese Meinung, dann wäre das ein vernichtendes Urteil für die moderne Demokratie. Nicht zuletzt, weil eine demokratische Gesellschaft „mündige, selbstbewusste, politisch leidenschaftliche Bürgerinnen und Bürger“ braucht (Hoffman, 2014: 39). „Denn gerade die Partizipation junger Menschen hält die Demokratie lebendig. Untervertretung und Desinteresse führen zu einer Vernachlässigung der Probleme und Anliegen der Jugendlichen, was wiederum eine Entfremdung gegenüber dem Staat und seiner Organisation zur Folge hat.“ (Herzig Gainsford et al., 2017: 2)

Doch seit Jahren wird über die steigende Politikverdrossenheit und Politikdesinteresse der Jugendlichen gesprochen (Hoffmann, 2014: 39; Gille et al., 2016: 163). Dieser Umstand sollte zu Besorgnis erregen, denn das aktive Wahlrecht in Österreich liegt bei bereits 16 Jahren<sup>2</sup>. Dieses Recht, in jungen Jahren wählen zu dürfen, ist nicht selbstverständlich. Ob das den jungen Wählerinnen und Wählern so bewusst ist, bleibt fraglich. Denn immer weniger Jugendliche in Österreich nehmen dieses Privileg – oder auch die Pflicht in einer Demokratie – wahr, zu Wahlen zu gehen. Generell macht sich in den vergangenen Jahren ein Trend zu sinkender politischer Partizipation erkennbar. „Zahlreiche Studien zeigten in den vergangenen Jahren, dass die klassischen Formen der politischen Partizipation an Bedeutung verlieren: Parteien haben zunehmend weniger Mitglieder und vor allem haben sie Schwierigkeiten, junge Mitglieder zu rekrutieren und dauerhaft an sich zu binden (...).“ (Demokratiezentrum Wien, o.J.) Aktuelle Zahlen aus der Shell Jugendstudie 2015 zeigen aber, dass 41 % der Jugendlichen, „politisch interessiert“ sind (Albert et al., 2015: o.S.). Dieser Trend geht seit 2002 kontinuierlich nach oben. Dabei vertrauen die junge Erwachsene z.B. Menschenrechts- und Umweltschutzgruppen mehr als großen etablierten Parteien (Albert et al., 2015: o.S.). Dieses steigende Interesse der Jugendlichen an gesellschaftspolitischen Themen sorgt dafür, dass sie vermehrt aktiv etwas mitgestalten wollen (Albert et al., 2015: o.S.)

---

<sup>2</sup> Österreicherinnen und Österreicher haben ab dem 16. Lebensjahr das aktive Wahlrecht. Wahlberechtigte haben das recht bei Europawahlen, der Bundespräsidentenwahl, den Nationalrats- und Landtagswahlen sowie bei Gemeinderats- und Bürgermeisterwahlen zu wählen. Das Recht selbst gewählt zu werden, also das passive Wahlrecht, erhalten österreichische Frauen und Männer ab 18 Jahren. Mit Ausnahme der Bundespräsidentenwahl, für diese müssen österreichische Staatsbürger mindestens 35 Jahre alt sein (Wahlrecht, o.J.).

Die Veränderungen im Mediennutzungsverhalten und am politischen Interesse der Jugend hat Folgen für die politische Kommunikation von Parteien. Jörg Matthes bringt die Problematik auf den Punkt: „PolitikerInnen sind gut beraten, Jugendliche direkt zu adressieren. Doch junge Menschen greifen heute weniger auf klassische Informationsmedien wie Zeitungen zurück, sondern bewegen sich in einem durch soziale Medien geprägten Raum.“ (Politik im Alltag, 2017) Das bedeutet wiederum für Jugendliche, dass sie Medienkompetenz beweisen müssen – heute mehr denn je. „Jeder sollte wissen, wie Nachrichten produziert sowie Ereignisse inszeniert werden können, und wie Bilder im Fernsehen oder in der Zeitung zu beurteilen sind. Medienkompetenz bedeutet im Medienzeitalter immer auch Demokratiekompetenz.“ (Mai, 1998: 35) Um ein gewisses Maß an Medienkompetenz zu erwerben – besonders in Bezug auf politische Themenbereiche – muss ein gewisses Interesse bei Jugendlichen bestehen. Hier verhält es sich so, dass je älter die Jugendlichen sind, das Interesse an politischen Themen und dem aktuellen Weltgeschehen steigt (JIM, 2017: 17). „Menschen werden zu einem politischen Wesen, in dem sie sich mit anderen austauschen und nicht nur eigene, singuläre, sondern kollektive Interessen und Ziele verfolgen.“ (Hoffmann, 2014: 41) Politische Bildung beginnt demnach schon in den eigenen vier Wänden, zu Hause bei der Sozialisationsinstanz Familie. Die Vermittlung ethischer und politischer Grundwerte ist auf verschiedene Institutionen, wie Eltern, Schulen oder Bezugspersonen aufgeteilt (Mai, 1998: 18). „Als (Prä)-Adoleszente befinden sich junge Menschen in einer bedeutenden Lebensphase, in der sie sich intensiv als Persönlichkeiten formieren und ihre eigene Identität, auch im politischen Bereich, suchen und aufbauen.“ (Herzig Gainsford et al., 2017:2) Generell gilt, dass politische Ansichten je nach Milieuzugehörigkeit unterschiedlich sind. Auch zwischen den Geschlechtern finden sich Differenzen, die nicht unbeachtet bleiben sollten. So sind männliche Jugendliche tendenziell politisch aktiver als weibliche Jugendliche. Politische Aktivitäten junger Frauen sind auch weniger konfrontativ als die der Männer (Hoffmann, 2014: 41). Trotz der geschlechtsspezifischen Differenzen zeigen Studien, dass das Politikinteresse jedoch eher mit dem Alter der Person und weniger mit ihrem Geschlecht zusammenhängt (Nemetz/Michl, 2003: 225). Neben Geschlecht und Alter ist auch das Bildungsniveau des jeweiligen Milieus eine entscheidende Variable. Je höher die Bildung, desto größer und selbstverständlicher ist auch die Bereitschaft für soziales und politisches Engagement von Kindern und Jugendlichen (Hoffmann, 2014: 41).

### **3.3.1 Politische Bildung**

In Österreich erfuhr das Thema Politische Bildung in der Schule seit der Senkung des Wahlalters im Jahr 2008 große Aufmerksamkeit (Filzmaier/Klepp, 2009: 341). Das Schulfach an sich gibt es in österreichischen Schulen schon seit 1978 (ebd., 2009: 347). Aufgrund der zunehmenden Komplexität der Politik wird es besonders für Jugendliche immer schwieriger,

dem aktuellen Geschehen zu folgen. Neben der politischen Bildung, die einen zentralen Punkt darstellt, müssen die jungen Menschen zudem die Möglichkeit erhalten, bei diesen politischen Prozessen aktiv mitgestalten zu können (Tham, 2008: 32).

Eine Aufgabe der politischen Bildung ist es, Bürgerinnen und Bürger die nötigen Kompetenzen zu vermitteln, um in weiterer Folge ihr Wirkungspotenzial im sozialen und gesellschaftlichen Bereich zu stärken (Tham, 2008: 32). Besonders Jugendliche profitieren von der politischen Bildung, da sie so auf „die aktuellen gesellschaftspolitischen Herausforderungen“ und Umbrüche wie beispielsweise der „zunehmenden Internationalisierung und Globalisierung aller Lebens- und Ausbildungszusammenhänge“ vorbereitet werden (Tham, 2008: 32).

Das Ziel politischer Bildung sollte es sein, Jugendliche mit den wichtigsten „Schlüsselkompetenzen“ auszustatten und ihnen die Möglichkeit und Raum zu bieten, ihre eigene Meinung zu formen (Balzter et al., 2014: 25). Die politische Jugendbildung kann in drei ineinandergreifende Stufen unterteilt werden: Wissen, Urteilen und Handeln (Balzter et al., 2014: 20). „Politische Bildung entfaltet erst dann ihre volle Wirkung, wenn sich – mit Hilfe des neu erworbenen Wissens und auf der Basis bereits vorhandener Kompetenzen – Meinungen und Urteile heraus kristallisieren bzw. weiter entwickeln und verändern.“ (ebd., 2014: 20) Balzter et al. (2014) definieren politische Jugendbildung folgendermaßen:

„Politische Jugendbildung ist die Unterstützung und Förderung von selbsttätigem Denken und Handeln durch pädagogisch reflektierte Angebote mit dem Ziel, sich mit den Angelegenheiten des demokratischen Gemeinwesens zu beschäftigen, sich selbst im Politischen zu verorten und auf diese Weise Zusammenhänge herzustellen.“ (ebd., 2014: 25)

Diese Zusammenfassung über politische Bildung unterstreicht ihre Bedeutung für Jugendliche. Jedoch ist es aufgrund von Einsparmaßnahmen und Budgetkürzungen so, dass diese weder in der Öffentlichkeit noch in Schulen ein großer Stellenwert zugeschrieben wird (Tham, 2008: 33). Wenn z.B. nur vor Wahlen oder anderen politischen Events kurzfristig politische Bildung in der Schule gelebt wird, geht ein wichtiger Aspekt politische Bildung verloren: die „langfristige, kontinuierliche Bildungsaufgabe in der Demokratie.“ (Tham, 2008: 33). Um das Interesse, die Befähigung und Ermutigung zur Teilnahme an politischen Prozessen zu fördern, muss diese aktiv gefördert werden (Tham, 2008: 33). Zumal zwischen Jugendlichen Politik nicht als Gesprächsthema Nummer eins gilt (Filzmaier/Klepp, 2009: 344). „Die vielfältigen Dimensionen von Politik und politischen Prozessen werden oft erst bewusst, wenn ein Bezug zur jugendlichen Lebenswelt hergestellt wird.“ (Filzmaier/Klepp, 2009: 344). Da das Internet immer mehr Angebote für Politikvermittlung anbietet (Filzmaier/Klepp, 2009: 341), könnte beispielsweise hier angesetzt werden.

Das Fach Politische Bildung in österreichischen Schulen gilt als verbesserungswürdig. Von Filzmaier und Klepp (2009) wird kritisiert, dass es in der Forschung zum Thema Jugend und politische Bildung kaum empirisch belegbare Daten über „Meinungen, Einstellungen und Werte zur Politischen Bildung von Jugendlichen bzw. SchülerInnen, LehrerInnen und Eltern“ gibt. Häufig wurden die Informationen lediglich aus Wertestudien, Wahlstudien oder Nachwahlbefragungen herangezogen (ebd., 2009: 342). Ebenso gibt es Aufholbedarf, wenn es um die Rolle der Lehrerinnen und Lehrer geht, denn sie haben als Vermittlerinnen und Vermittler eine Schlüsselrolle. Hier ist es jedoch so, dass der Bekanntheitsgrad dieses Unterrichtsprinzips sehr stark mit dem politischen Interesse der jeweiligen Lehrperson korreliert. Ferner stehen sie oft in der Kritik, nicht objektiv zu bleiben und parteipolitisch zu intervenieren (Filzmaier/Klepp, 2009: 348). „Es fehlt weitgehend eine standardisierte Ausbildung, die LehrerInnen für die Umsetzung des Unterrichtsprinzips Politische Bildung bzw. für das Unterrichten des Faches/der Fächerkombination befähigt.“ (Filzmaier/Klepp, 2009: 347) Doch allgemein sind Österreichs Jugendliche mit der Demokratie sowie der politischen Bildung zufrieden. Dennoch darf die „gefährliche Zahl von latent unzufriedenen jugendlichen (und LehrerInnen)“ nicht unbeachtet bleiben (Filzmaier/Klepp., 2009: 351).

Interessant ist, dass beim Fach „Politische Bildung“ die Medien eine sehr zentrale Rolle einnehmen: Als Vorbereitung für das Fach „Politische Bildung“ greifen Lehrerinnen und Lehrer häufig auf klassische Massenmedien wie Zeitungen, Zeitschriften oder Fernsehen zurück (Larcher/Zandonella, 2014: 32). Für die Lehrerinnen und Lehrer gelten Medien – direkt nach den Eltern – als wichtigste politische Sozialisationsinstanz (Larcher/Zandonella, 2014: 72)

### **3.3.2 Politisches Interesse**

Einerseits kann Interesse an Politik eine Motivation sein, die die Nutzung von Massenmedien zur politischen Information positiv beeinflusst. Andererseits kann Mediennutzung Jugendlichen „ein Gefühl der Informiertheit und politische Kompetenz vermitteln, welches eine gute Ausgangsbasis für weitere Exploration bildet und dadurch das politische Interesse der Jugendlichen fördert.“ (Kuhn/Schmid, 2004: 81) Dennoch findet sich vielfach noch das Bild einer politisch desinteressierten Jugend in den Köpfen der älteren Generationen. Aber: „Jugendliche Ablehnung von Politik bezieht sich, wie viele Studien in der Vergangenheit bereits belegten, in erster Linie auf institutionelle Politik. Interesse an Politik wiederum wird oft nur als Interesse an institutioneller Politik verstanden – auch von den Jugendlichen selbst.“ (Zentner, 2001: 148) Das liegt insbesondere daran, dass unsere Gesellschaft in erster Linie Parteien, Parlament und Verhandlungen mit dem Politik-Begriff verbinden – und diese Assoziationen werden von den Medien hervorgerufen (ebd., 2001: 148). Es ist weitgehend anerkannt, dass die Medienrezeption sich positiv auf das politische Interesse der Jugendlichen auswirkt: „Die

informationsorientierte Nutzung von Massenmedien hat einen positiven Einfluss auf das politische Interesse der Jugendlichen.“ (Kuhn/Schmid, 2004: 87) Geschlechterspezifische Unterschiede in der Massenmediennutzung werden oftmals auch als Erklärung zu den unterschiedlichen politischen Interessen zwischen Frauen und Männern herangezogen (ebd., 2004: 87)<sup>3</sup>. Die Zunahme an elektronischen Medien bedingt die Tatsache, dass politische Themen heute mehr Öffentlichkeit denn je erfahren (Friesl/Polak, 2001: 21). „Österreich wurde in den letzten zehn Jahren politischer: Man ist tendenziell besser informiert und diskutiert häufiger über Politik.“ (ebd., 2001: 21). Dennoch wird laufend über die – oft erwähnte und zitierte – zunehmende Politikverdrossenheit der Jugend berichtet. Diese Entwicklung ist jedoch, zumindest zu Beginn der 2000er-Jahre, nicht nur auf simples Desinteresse zurückzuführen, sondern vielmehr als „Reaktion auf die Entwicklungen in der österreichischen Politik“ zu verstehen. (ebd., 2001: 21)

Eine Studie mit 443 Erstwählerinnen und Erstwähler im Zuge der Nationalratswahl 2017, befragte Jugendliche zwischen 16- und 20-Jahren unter anderem zu ihrem politischen Interesse, Wissen oder ihrem Informationsverhalten (Kritziger et al., 2017: 8) Die Untersuchung zeigte, dass das politische Interesse von Erstwählerinnen und Erstwählern im Allgemeinen zunimmt. „ErstwählerInnen sind politisch interessiert, kennen sich politisch aus und weisen somit die notwendige politische Reife an Wahlen teilzunehmen auf.“ (ebd. et al., 2017: 34) Zudem wurde gezeigt, dass Eltern und Schule eine besondere Stellung in der politischen Sozialisation haben (ebd. et al., 2017: 19). Mehr als zwei Drittel der befragten Jugendlichen gaben zudem an, dass Politik ein Thema in der Schule sei (ebd. et al., 2017: 13). Ein weiteres Ergebnis war, dass innerhalb der einzelnen Altersgruppen – zwischen 16 und 30 Jahren – kaum Unterschiede beim politischen Interesse beobachtet werden konnten (ebd. et al., 2017: 25). Generell verhält es sich aber so, dass das politische Interesse während eines Wahlkampfes aber immer größer wird (ebd. et al., 2017: 27). Welche positiven Auswirkungen ein niedriges Mindestwahlalter hat, war ebenfalls Teil des Findings: „Man könnte den Schluss ziehen, dass Wählen mit 16 dazu beigetragen hat, dass politisches Wissen in dieser Altersgruppe stark gestiegen.“ (Kritziger et al., 2017: 31)

Der Bildungsgrad determiniert häufig das politische Interesse: „Jugendliche mit geringer Bildung sind politisch uninteressierter, haben kein ausgeprägtes demokratisches Selbstverständnis, denken eher patriarchal und neigen stärker zu Autoritarismus und Gewaltbereitschaft.“ (Friesl/Polak, 2001: 32) Gemeinsam mit den „biografisch benachteiligten Jugendlichen“ bilden diese beiden Gruppen die sogenannten „besonders gefährdeten Jugendlichen“. Diese stellen in weiterer Folge eine Gefahr für die Gesellschaft und das friedliche Zusammenleben dar, da sie

---

<sup>3</sup> Siehe dazu Kapitel 2.3.1 „Geschlechterdifferenzen bei politischem Interesse“

unter anderem eine „höhere Gewaltbereitschaft und Manipulierbarkeit aufweisen“ (ebd., 2001: 32f). Diese Problematik kann leider nicht von heute auf morgen gelöst werden. Und soziale Medien könnten diese Umstände durchaus verstärken, da sie ein hohes Potenzial haben, falsche Nachrichten zu verbreiten (European Commission, 2018: 10). Doch die Tatsache, dass man weiß, welche Gruppen besonders gefährdet sind, kann zur Lösung dieses Problems beitragen. Was diese Entwicklungen, insbesondere vor dem Hintergrund der zunehmenden Mediatisierung für die Politik bzw. Politikerinnen und Politiker bedeutet, fassen Friesl und Polak (2001) gut zusammen:

„In einer medial geprägten Gesellschaft beeinflussen PolitikerInnen Sprache, Werte und Umgangsstil. Diesen Vorbildcharakter gilt es verantwortungsbewusst wahrzunehmen. Gefragt sind glaubwürdige PolitikerInnen, welche die Jugendlichen ernst nehmen und sich an jene Werte halten, die sie einfordern. Politik braucht Inhalte. Statt einer Politik der Symbole kann und muss man Jugendliche mit Inhalten, die über unmittelbare Interessen hinausgehen, konfrontieren. Jugendliche wünschen sich mehr Partizipation an politischen Prozessen. Kurzfristige Politik für die erwachsene Wählerklienten zu machen, entfremdet Jugendliche der Politik.“ (ebd., 2001: 38)

Eine Studie im Zuge der Wiener Landtagswahlen 2005 zeigte, dass die Hauptwahlmotive von Jugendlichen ihr Mitbestimmungsrecht, das Wahlrecht allgemein sowie die demokratische Pflicht und das Interesse an Politik sind (SORA, 2005: 19). Die Wiener Landtagswahl 2005 war durchaus auch Gesprächsthema unter den Jugendlichen, zum Beispiel haben sie mit ihren Freunden und Eltern über die Teilnahme an der Landtagswahl gesprochen und haben so die Rolle von „informellen Opinion-Leadern“ eingenommen (SORA, 2005: 19, 59). Eines der zentralsten Ergebnisse aus den qualitativen Interviews mit den wahlberechtigten Jugendlichen ist, dass sie sich durch das Wählen ernst genommen und Erwachsene fühlen (SORA, 2005: 19).

### **3.3.3 Partizipation**

Eine lebendige, funktionierende Demokratie bedarf der aktiven Teilhabe und Partizipation von jungen Menschen (Paus-Hasebrink, 2008: 147). Dabei kann jede Handlung von Individuen als politisch verstanden werden, da sie direkt oder indirekt auf die Gesellschaft wirkt (Zentner, 2001: 148). „Einflussnahme auf die Gesellschaft ist im weitesten Sinn Politik.“ (ebd., 2001: 148) Da es rein aus einer Entwicklungspsychologischen Sicht schon mehrere Voraussetzungen für die Teilhabe am politischen Leben gibt, stellt sich die Frage, wie politisch aktiv Jugendliche überhaupt sein können (Zentner, 2001: 148). Zwar können sie intellektuelles Denkvermögen vorweisen, aber „in Bezug auf komplexes und dialektisches Denken sind sie Erwachsenen wahrscheinlich unterlegen.“ (Zentner, 2001: 148) Dennoch sollten die Fähigkeiten und Möglichkeiten junger Menschen im 21. Jahrhundert nicht unterschätzt werden. Sie haben heute die Möglichkeit schneller und einfacher denn je selbstständig tätig zu werden (Huhtasaari, 2015: 209). Gerade durch das Internet gibt es immer mehr neue Wege der Partizipation. Darunter

fallen beispielsweise das „Unterschreiben von Petitionen, Arbeit für NGOs oder die Teilnahme an lokaler Bürgerbeteiligung“ (Ringer et al., 2013: o.S.). Durch diese neuen Partizipationsmöglichkeiten wenden sich Jugendliche zwar von traditionellen Formen politischer Mitbestimmung ab, gleichzeitig aber sind sie offen gegenüber neuen, partizipatorischen Möglichkeiten (Zentner, 2001: 148). Zudem können sie einen positiven Einfluss auf die traditionellen Formen der politischen Beteiligung ausüben (Gille et al., 2016: 187). Zentner (2001) erklärt die Dynamik, die zwischen Jugendlichen und politischer Partizipation herrscht, folgendermaßen:

„Jugendliche sehen sich mit einer Politik (=Parteipolitik) konfrontiert, die nicht auf junge Menschen hört. Sie sind von ihren Möglichkeiten zur Partizipation enttäuscht, die sie bloß als „Abspeisung“ ihrer Forderungen empfinden. Jugendliche partizipieren anders als von den Erwachsenen vorgesehen: andere Einstellungen zu besitzen, bedeutet aber nicht, kein Interesse zu haben.“ (ebd., 2001: 149)

Die fortschreitende Individualisierung in der Gesellschaft macht sich auch in der Ausdifferenzierung und Erweiterung des Politikbegriffes bemerkbar. So entstehen immer mehr postmaterialistische Bewegungen, die unter anderem für Werte wie Umweltbewusstsein oder Frauen- und Konsumentenbewegungen eintreten (Zentner, 2001: 150). Bürgerinnen und Bürger wollen vermehrt eigenständig entscheiden, wann, wo und wie sie mitmachen (ebd., 2001: 15). Der Wandel ist insbesondere durch einen stärker ausgeprägten Individualismus gekennzeichnet (Zentner, 2001: 150).

Das Aufkommen von sozialen Netzwerken ging mit der Hoffnung einher, dass diese stärker für partizipatorische Zwecke eingesetzt werden können (Ertelt, 2015: 204). Wie real diese online Partizipationsmöglichkeiten jedoch sind, ist oftmals schwierig zu sagen. Denn Partizipation findet nur dann wirklich statt, wenn auch etwas verändert werden kann. Das heißt, wenn es auch im wirklichen Leben – also der offline Welt– Konsequenzen hat. (Ertelt, 2015: 204) Ob ein „Like“ alleine als Partizipation gewertet werden kann ist daher fraglich. Ertelt (2015) hat drei Formen der Online-Partizipation auf Social Media definiert: 1) „Like-Button“, 2) Online-Petitionen und 3) Crowdfunding. Funktionen wie Kommentieren, Teilen oder Posten könnten noch ergänzend zu diesen drei Punkten angemerkt werden. Damit Online-Partizipation auch wirklich funktioniert, muss diese direkt an die Lebenswelt der Jugendlichen anknüpfen (Ertelt, 2015: 205) „Die Partizipationsform, welche Jugendliche – neben wählen gehen – am häufigsten für sich in Betracht ziehen, ist die Beteiligung an sogenannten unkonventionellen legalen politischen Aktionen wie Bürgerinitiative, Unterschriftensammlung oder genehmigter Demonstration.“ (Kuhn, 2005: 401) Dabei interessieren sie sich hauptsächlich für Themen, die mit „Neuen Sozialen Bewegungen“ einhergehen. Dazu gehören unter anderem Umwelt, Gleichberechtigung oder Frieden (Kuhn, 2005: 401).

Was Eigeninitiative, Partizipation und basisdemokratisches Handeln bei Jugendlichen angeht, bietet das Internet – genauer gesagt soziale Medien – viel Raum und Potenzial (Balzter et al., 2014: 183). „Durch Plattformen und Anwendungen der ‚social media‘, wie Twitter und Facebook, beschäftigen sie sich mit politischen Fragestellungen und werden darüber hinaus auch aktiv – virtuell oder real oder sowohl als auch.“ (Balzter et al., 2014: 183). Neben Umwelt, Gleichberechtigung und Frieden, gehören Freiheit des Internets und Urheberrecht zu den Themen, die junge politisch interessierte und aktive Menschen online beschäftigen (Balzter et al., 2014: 183). Aspekte wie neue netzspezifische Themen und Inhalte sind heute Teil des politischen Engagements von Jugendlichen. Aus diesem Grund muss politische Jugendbildung diese auch stärker berücksichtigen (Balzter et al., 2014: 184). Nach Tham (2008) benötigen Partizipationsmöglichkeiten für Jugendliche vor allem folgende Voraussetzungen: Sie müssen in „überschaubaren Räumen und Zeitspannen situativ und flexibel in Vorhaben und Projekte umsetzen lassen, dabei Spaß machen und ergebnisorientiert“ sein (ebd., 2008: 33). Zudem sollten sich nicht nur die Themen am Interesse der Jugend orientieren, auch die gewählten Methoden sollten diesem entsprechen (Tham, 2008: 31). Bei Jugendlichen sind Online-Petitionen schon beliebter als bspw. klassische Unterschriftenlisten (Albert et al., 2015: o.S.). Grundsätzlich besteht von Seiten der Jugendlichen durchaus die Bereitschaft, sich für ihr soziales Umfeld einzusetzen (Tham, 2008: 33). „Sie sollten daher als Expertinnen und Experten ihrer eigenen Situation ernst genommen und ihre Sichtweisen und Forderungen in die Planung und Gestaltung ihrer Lebenswelten einbezogen werden.“ (Tham, 2008: 33).

### 3.4 Jugendliche und die Europäische Union

Der Großteil der österreichischen Jugendlichen ist der Europäischen Union positiv gestimmt und identifiziert sich als EU-Bürgerin bzw. EU-Bürger (ÖGfE, 2017: o.S.). Dennoch sind die Heranwachsenden noch mehr an der heimischen Politik interessiert, als jener auf EU-Ebene (ÖGfE, 2017: o.S.). „Sowohl österreichspezifische als auch EU-weit durchgeführte Umfragen kommen zu dem Schluss, dass die junge Generation pro-europäischer eingestellt ist als die ältere Generation. Gleichzeitig fühlen sich aber insbesondere die Jungen zu wenig über die EU und europäische Entwicklungen informiert.“ (Schmidt et al., 2019: 1)

Das Institut für Jugendkulturforschung in Wien hat 2018 eine Studie mit Fokusgruppen zum Thema Jugend und EU im Generationenvergleich durchgeführt. Die zentralen Ergebnisse waren, dass junge Erwachsene (20- bis 30-Jährige) die EU-Mitgliedschaft mit vielen persönlichen Vorteilen – wie Reisefreiheit oder das Erasmus-Programm – verbindet (Koller, 2018: 3). „Zudem werden eine erhöhte Lebensqualität und persönlicher wie gesellschaftlicher Wohlstand als positive Konsequenzen der EU-Mitgliedschaft genannt.“ (Koller, 2018: 3) Doch neben den Chancen, die sich durch die EU ergeben, werden auch Problemfelder genannt –

sowohl bei jüngeren als auch älteren Generationen. Eines davon ist die „politische Visionslosigkeit in Bezug auf ein Europa der Zukunft (...)“ (Koller, 2018: 5). Aktuelle Spannungsfelder wie z.B. der Brexit oder ungelöste Konflikte führen dazu, dass ein allgemeines „Krisen-Gefühl“ bei den EU-Bürgerinnen und -Bürgern vorherrscht (Koller, 2018: 5). Trotz dieser negativen Aussichten sehen besonders junge Menschen die EU als wichtiges, friedensstiftendes Projekt an (Koller, 2018: 6)

Eine Studie der Europäischen Kommission im Jahr 2014 untersuchte die Wahlmotive junger Menschen im Alter zwischen 15- und 30-Jahren. Zu den wichtigsten Gründen für Jugendliche an Europawahlen teilzunehmen, gehört der hohe Stellenwert der Demokratie und der Glaube daran, dass Europa sowie Europawahlen wichtig sind. Das generelle Interesse an Politik oder Wahlen wird nur von zwei Drittel der jungen Wählerinnen und Wähler als Wahl-Motivation genannt (European Commission, 2014: o.S.<sup>4</sup>, zit. Gille et al., 2016: 182). Der am häufigsten genannte Grund, nicht an EU-Wahlen teilzunehmen, ist der Glaube, dass eine Stimme alleine nichts verändern kann (ebd., 2014, o.S., zit. Gille et al., 2016: 183). Dass Jugendliche der EU generell positiv eingestimmt sind, wird auch dadurch sichtbar, dass weniger als ein Fünftel sich explizit gegen die Europäische Union ausspricht (ebd., 2014, o.S., zit. Gille et al., 2016: 183)

Anders als diese aktuelleren Studien zeigen, standen Heranwachsende dem Konzept EU vor rund 20 Jahren noch „eher misstrauisch“ gegenüber (Zentner, 2001: 159). Gründe für unterschiedliche Einstellungen zur EU sind häufig von Schulbildung, sozialer Schicht oder Parteipräferenz abhängig (ebd., 2001: 159) „EU-Skeptiker findet man verstärkt bei Jugendlichen, die nicht mehr in Schulausbildung sind.“ (Zentner, 2001: 159) Obwohl seither im Allgemeinen der Großteil der Jugendlichen der EU positiv eingestimmt gegenübersteht, wissen die meisten nicht, welche Bedeutung diese wirklich für ihr eigenes Leben hat (Tham, 2008: 31). Tatsächlich ist es so, dass Entscheidungen und Beschlüsse, die auf europäischer Ebene getroffen werden, sehr wohl einen direkten Einfluss auf das Leben der Jugendlichen und generell der Bürgerinnen und Bürger hat (Tham, 2008: 31f).

Das wissenschaftliche Interesse an den Einstellungen oder Meinungen von Jugendlichen im Zusammenhang mit der europäischen Union besteht bereits seit Beginn der 2000er-Jahre aufgrund der gesellschaftspolitischen Veränderungen innerhalb Europas sowie der Erweiterung der EU (Zentner, 2001: 147). Die Zukunft der EU ist maßgeblich von den Jugendlichen geprägt, denn es sind ihre Erwartungen, die den Weg eines vereinten Europas vorgeben sollten (Zentner,

---

<sup>4</sup> European Commission, Brussels (2014): Flash Eurobarometer 375. European Youth: Participation in Democratic Life. TNS Political & Social (Hrsg.). GESIS Datenarchiv. Köln. ZA5893 Daten le Version 1.0.0.

2001: 147). „Für ein vereintes Europa relevant werden die Fragen nach Toleranz, nach Vorurteilen, nach der Bereitschaft zu politischer Partizipation, nach Arbeits- und leistungswerten ebenso wie der Einfluss von Säkularisationsprozessen auf gesellschaftspolitische Werte.“ (Zentner, 2001: 148) Zudem ist eines der wichtigsten politischen Ziele der Zukunft: „die Schaffung eines Europas der Bürgerinnen und Bürger.“ (Tham, 2008: 34)

### **3.4.1 EU-Wahl 2019**

Die Wahl zum Europaparlament 2019 bildet einen wichtigen Rahmen dieser Forschungsarbeit. Sie war zentraler Anhaltspunkt bei den Gruppendiskussionen und hebt die Aktualität des Themas der politischen Meinungsbildung der Jugendlichen hervor. Um dieser Arbeit mehr Kontext zu geben, wird hier die EU-Wahl 2019 – besonders aus Sicht von Österreich – besprochen.

In Österreich waren insgesamt 6.416.177 Personen wahlberechtigt (Bundesministerium für Inneres, 2019: o.S.). Die Wahlbeteiligung war mit 59,8 Prozent um 14,4 Prozentpunkte höher als 2014 (ISA/SORA, 2019: 12).

Die EU-Wahl 2019 galt für viele als richtungsweisende „Schicksalswahl“ (Bendiek et al., 2019: 1). Grund dafür sind unter anderem rechtsradikale Bewegungen und die Zunahme von Parteien, die der EU skeptisch gegenüberstehen (Bendiek et al., 2019: 1). Hinzu kommt, dass die Funktionsweise der EU für den Großteil der Bevölkerung sehr komplex und nicht leicht verständlich ist (Bendiek et al., 2019: 2). „Europäische Themen sind vielen unbekannt, und es ist recht einfach, falsche Informationen über die EU zu verbreiten.“ (Bendiek et al., 2019: 2) Die drei Themen, die Wählerinnen und Wähler vor der EU-Wahl 2019 am häufigsten diskutiert haben sind Sozialpolitik, Umwelt- und Klimaschutz sowie Zuwanderung (Zandonella/Perlot, 2019: o.S.).

Für Jugendliche weisen die Wahlen zum Europaparlament eine eher geringe „mediale Attraktivität“ auf (Groebel, 2016: 132). Das kann auch ein Grund für die generell niedrigere Wahlbeteiligung bei diesen sein. Daher richtete sich die überparteiliche Werbekampagne der EU, mit dem Motto „Diesmal wähle ich“, heuer vor allem die jüngeren Generationen – besonders Erstwählerinnen und Erstwähler. Zudem wurde eine eigene Website eingerichtet ([what-europe-does-for-me.eu](http://what-europe-does-for-me.eu)), die den EU-Bürgerinnen und Bürgern aufzeigt, was die EU für ein jeweiliges Land bzw. eine jeweilige Region geleistet hat (Österreichisches Parlament, 2019: o.S.).

#### *We're going to Ibiza*

Kurz vor der EU-Wahl 2019 erschütterte ein Politik-Skandal die österreichische Innenpolitik und Medienlandschaft – der sogenannte „Ibiza-Skandal“ bzw. die „Ibiza-Affäre“. Am 17. Mai 2019 veröffentlichte die österreichische Wochenzeitung der Falter – in Zusammenarbeit mit der

Süddeutschen Zeitung und dem Spiegel Magazin – Videomaterial, das den ehemaligen Vizekanzler Heinz-Christian Strache (FPÖ) und den ehemaligen FPÖ-Klubobmann Johann Gudenus in einer Villa in Ibiza zeigte (Klenk, 2019: o.S.).

„Die Politiker gerieten im Juli 2017 in die Falle zweier Lockvögel, (...). Eine vorgeblich reiche Oligarchennichte und ihr Begleiter führten mit Strache und Gudenus stundenlange Gespräche über illegale Parteienfinanzierung, verbotene Auftragsvergaben, den Aufkauf der Kronen Zeitung durch russische Oligarchen und die Absetzung kritischer Journalisten in dem Blatt.“ (Klenk, 2019: o.S.)

In Folge der Veröffentlichung dieses Videomaterials legten Heinz-Christian Strache und Johann Gudenus am 18. Mai 2019 alle ihre Ämter nieder. Zudem wurden Neuwahlen im Herbst 2019 ausgerufen (Fellner et al., 2019: o.S.). Eine weitere Entwicklung nach der Veröffentlichung des Skandals war der Misstrauensantrag gegen die Regierung von Bundeskanzler Kurz (orf.at, 2019: o.S.). All diese Vorfälle ereigneten sich in der Woche vor der Wahl zum europäischen Parlament. Und damit auch im Zeitraum der Gruppendiskussionen dieser Forschungsarbeit. Da die Ereignisse noch nicht so weit zurückliegen gibt es noch kaum empirische Daten dazu. Bestimmte Wahlanalysen haben die „Ibiza-Affäre“ aber bereits in ihre Untersuchungen miteinbezogen und kamen zu folgenden Ergebnissen:

- „Die durch die Videos ausgelöste Regierungskrise spielte für die Wählerinnen und Wähler subjektiv bei der EU-Wahl keine dominierende Rolle.“ (ISA/SORA, 2019:5)
- „33 Prozent zeigen sich vom veröffentlichten Video in ihrem Vertrauen in das politische System Österreichs sehr erschüttert, weitere 26 Prozent stimmen der Aussage eher zu.“ (ISA/SORA, 2019:12)
- Mehr als die Hälfte Wählerinnen und Wähler gaben an, mit ihrer Stimme bei der EU-Wahl auch ein Innenpolitisches Zeichen zu setzen (37 % stimmen sehr zu; 25 % stimmen ziemlich zu) (Zandonella et al., 2019: o.S.).

Wie sehr der Skandal die Wahlentscheidungen der Jugendlichen beeinflusst hat, kann nicht genau gesagt werden. Dass die „Ibiza-Affäre“ im Internet – besonders in sozialen Netzwerken – viral wurde, zeigen unzählige Postings, Tweets oder Memes zum Thema (derStandard.at, 2019a: o.S.). Mit dem 1999er-Hit „We’re going to Ibiza“ der niederländischen Band Vengaboys, erhielt die Regierungskrise zudem eine „inoffiziellen Hymne“ (derStandard.at, 2019b: o.S.).

## 4 Forschungsdesign

### 4.1 Forschungsfragen

Aus dem Forschungsinteresse, dem bereits bestehenden Forschungsstand sowie der Literaturrecherche ergibt sich für die qualitative Untersuchung eine übergeordnete Forschungsfrage mit drei weiteren Unterfragen:

- **F1: Wie informieren sich Jugendliche im wahlfähigen Alter über politische Themen?**
  - *F1.1: Welche Bedeutung schreiben Jugendliche traditionellen Medien bei der politischen Meinungsbildung zu?*
  - *F1.2: Welche Bedeutung schreiben Jugendliche sozialen Medien bei der politischen Meinungsbildung zu?*
  - *F1.3: Woher beziehen Jugendliche Informationen zu politischen Themen, besonders vor Wahlen?*

### 4.2 Methode

„Mit den Jugendlichen sprechen, anstatt über sie: Das impliziert, dass die Jugendlichen als Experten ihrer eigenen Medienwelt anerkannt und als solche behandelt werden.“ (Seckler, 2015: 235) Ein zentraler Fokus dieser Forschungsarbeit soll es daher sein, Jugendliche miteinzubeziehen. Daher wurde als Untersuchungsmethode eine Gruppendiskussion ausgewählt, die anschließend mittels der inhaltlich strukturierenden qualitativen Inhaltsanalyse ausgewertet wird. Als Sample werden nicht „die Jugendlichen“ oder „eine Generation“ ausgewählt, sondern eine kleinere, spezifischere Zielgruppe: Jugendliche im wahlfähigen Alter, die eine Schule besuchen, welche mit einer Matura abschließt. Die genaueren Spezifikationen werden weiter unten erläutert.

Die Methode Gruppendiskussionen hat für das Thema dieser Arbeit einen entscheidenden Vorteil gegenüber klassischen Einzelinterviews. Denn bei Gesprächen mit „Gleichaltrigen, die einen gemeinsamen Erfahrungshorizont in Bezug auf politische Jugendbildung haben, werden andere Reflexionsprozesse angestoßen (...).“ (ebd., 2014: 27) Es ist daher durchaus spannend, was die Jugendlichen selbst zu dem befragten Thema für Inputs liefern werden.

An dieser Stelle soll angemerkt werden, dass die Erhebung kurz bevor und kurz nach einer Wahl (Wahl zum europäischen Parlament 2019) stattgefunden hat. Die Ergebnisse bilden somit eine einzigartige Momentaufnahme ab. Um einen, für diese Master-Arbeit durchführbaren Rahmen zu schaffen, bietet sich die Erforschung dieser Momentaufnahme gut an. Zumal während des Forschungszeitraums eine sehr spannende und richtungsweisende Wahl – sowohl

für Europa als auch Österreich – stattgefunden hat. Für allgemeingültigere Ergebnisse zum speziellen Thema Jugend und politische Bildung bieten sich Langzeitstudien an (Fitzmaier/Klepp, 2009: 342).

#### Qualitätssicherung in der qualitativen Forschung

Zu den wichtigsten Gütekriterien im qualitativen Forschungsprozess gehören die Zuverlässigkeit, Gültigkeit, Übertragbarkeit bzw. Generalisierbarkeit sowie die Werturteilsfreiheit (Meyen et al., 2011: 49). Die Nähe zum Gegenstand, eine genaue Dokumentation des gesamten Forschungsprozesses, die Selbstreflexion und Reflexion der Entstehungsbedingungen sowie die Interpretation in Gruppen sind zentrale Merkmale, die die qualitative Forschung einhalten muss. (Meyen et al., 2011: 51)

#### **4.2.1 Samplingstrategie: Jugendliche im wahlfähigen Altern**

Für dieses Forschungsvorhaben werden Jugendliche im wahlfähigen Alter – zwischen 16 und 18 Jahren – befragt. Im Idealfall werden Jugendliche ausgewählt, die bereits einmal die Möglichkeit hatten, wählen zu gehen.

Um diese Gruppe junger Menschen zu erreichen, wurde mit einer Handelsakademie in Niederösterreich kooperiert. Für die empirische Untersuchung wurde eine Genehmigung von Seiten des Landesschulrats für Niederösterreich (LSRfNÖ) benötigt (Bildungsdirektion Niederösterreich, 2014). Für das vorliegende Forschungsprojekt wurde bereits im November 2018 eine mündliche Zusage für die Befragungen von der Direktorin eingeholt. Die Schulleitung zeigte sich für das Vorhaben sehr aufgeschlossen und interessiert. Für den offiziellen Antrag an den LSRfNÖ wurden unterschiedliche Unterlagen benötigt (siehe Anhang). Dazu gehören eine nachvollziehbare Projektbeschreibung, der Interviewleitfaden, die Bekanntgabe des Untersuchungsverfahrens, eine Bestätigung der Universität Wien, die genaue Bezeichnung der betreffenden Schule, ein Elterninformationsblatt sowie die Einverständniserklärungen und die Kontaktdaten der antragsstellenden Person (Bildungsdirektion Niederösterreich, 2014). Des Weiteren war es bei der Arbeit mit Schülerinnen und Schülern wichtig, dass alle Jugendliche freiwillig teilnehmen und ihre Anonymität und der Datenschutz gewährt werden (Bildungsdirektion Niederösterreich, 2014; Studienpräses Universität Wien, o.J).

Im Zuge der Organisation der Gruppendiskussionen ist es aufgrund von mehreren Faktoren (viele Feiertage, Bürokratie, etc.) zu einer Verzögerung der Genehmigung durch den Landesschulrat für Niederösterreich gekommen. Währenddessen hat die Direktorin der ausgewählten Schule kurzfristig die Zusage an der Teilnahme zurückgezogen. In dieser Zeit war nicht klar, ob die Gruppendiskussionen wie geplant stattfinden können. Daher wurde rasch nach Ersatz-Gruppen gesucht. Über private Kontakte konnten drei Gruppen organisiert werden, davon sind zwei Gruppendiskussionen zustande gekommen. Die Teilnehmerinnen und

Teilnehmer dieser beiden Gruppen sind in der Zielgruppe des Samplings. Die Jugendlichen der nachträglich organisierten Gruppe besuchen das Gymnasium in Waidhofen an der Ybbs. Unterdessen wurde die Durchführung der empirischen Untersuchungen vom niederösterreichischen Landesschulrat genehmigt. Nach einem persönlichen Gespräch mit der Direktorin der Handelsakademie in Waidhofen an der Ybbs wurden Termine für die Gruppendiskussionen vereinbart. Diese konnten wie ursprünglich geplant durchgeführt werden.

Das Sample dieser Forschungsarbeit besteht also aus Jugendlichen im wahlfähigen Alter, die einen Schultyp besuchen, der mit einer Matura abschließt. Die zwei für diese Forschungsarbeit relevanten Schultypen werden hier kurz – auch in Bezug auf politische Bildung – vorgestellt:

#### *Berufsbildende Höhere Schule – Handelsakademie Waidhofen an der Ybbs*

Schülerinnen und Schüler von Handelsakademien schließen nach fünf Jahren mit einer Reife- und Diplomprüfung (Matura) ab. Der Schultyp zeichnet sich durch seine allgemeinbildende, wirtschaftliche und praxisgerechte Ausbildung aus. Zu den Unterrichtsprinzipien zählen unter anderem Wirtschaftserziehung, Politische Bildung sowie Medienbildung. Ziel der Prinzipien ist es, Jugendliche auf ihr späteres Berufsleben vorzubereiten. Eine beendete Ausbildung an einer Handelsakademie wird sogar als „abgeschlossenes Kurzstudium“ bezeichnet (Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Forschung, o.J.). Zudem ermöglicht die Diplomprüfung den Schülerinnen und Schülern einen „Zugang zu gesetzlich geregelten Berufen laut Gewerbeordnung“ (bildungssystem.at, 2014.: o.S.). Das Fach Politische Bildung und Geschichte ist ein Pflichtfach, das vom zweiten bis zum vierten Jahrgang unterrichtet wird. Zu den Inhalten des Faches gehören beispielsweise die ideologischen Grundsätze der politischen Parteien sowie das politische System Österreichs zu erlernen oder über aktuelle politische Herausforderungen zu sprechen (Bundesministerium für Bildung und Frauen, 2014: o.S.).

#### *Allgemein bildende höhere Schule – Gymnasium bzw. Realgymnasium (Oberstufe)*

Schülerinnen und Schüler von Gymnasien schließen nach vier Jahren mit einer Reifeprüfung ab, die sie zum weiterführenden Studium an Universitäten oder Fachhochschulen berechtigt. Die Besonderheit am Realgymnasium ist, der Fokus auf naturwissenschaftliche und mathematische Bildungsinhalte sowie das Fach Latein (Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Forschung, 2019: o.S.). Das Fach Politische Bildung ist ein Pflichtgegenstand von Gymnasien und wird ab der 6. Klasse in einem Umfang von zwei Wochenstunden gelehrt. Zum Aufgabenbereich gehört: „Das Verstehen historischer und politischer Entwicklungen, Situationen und Handlungsweisen soll zur gesellschaftlichen und politischen Partizipation sowie zur Sicherung und Weiterentwicklung einer demokratischen und geschlechtergerechten Gesellschaft, damit in Verbindung zur Kenntnis, Verteidigung und Weiterentwicklung der den Grund- und Menschenrechten zugrunde liegenden Werte führen.“ (Bundesministerium für Unterricht und Kunst, 2017: o.S.)

## 4.2.2 Erhebungsmethode: Gruppendiskussion

Generell gilt bei qualitativen Erhebungen der Grundsatz: „Je konkreter der Gegenstand, desto mehr spricht für die Gruppendiskussion.“ (Meyen et al., 2011: 62) Auch für bereits gut erforschte Gegenstandsbereiche eignen sich qualitative Methoden, denn sie „beschreiben ein komplexes Phänomen in seiner ganzen Breite.“ (Brosius et al., 2008: 20) Die Gruppendiskussion gilt als „Sonderform der Befragung“ (Brosius et al., 2008: 116) und hat ähnliche Charakteristika wie das Leitfadeninterview (ebd., 2008: 116). Durch die qualitative Befragung nahe am Forschungssubjekt wird ein Blick hinter die Kulissen ermöglicht. „Durch die Gruppe, das ist der Vorteil dieser Gruppendiskussion, werden Meinungen, auch abseitige, stimuliert und formuliert. Das Gespräch zwischen den Teilnehmern fördert die Generierung von Meinungen.“ (Brosius et al., 2008: 116) Die Methode weist auch Grenzen auf, z.B. besteht gerade bei Meinungsfindungen die Möglichkeit, dass sich die Teilnehmerinnen und Teilnehmer von den Meinungen der anderen beeinflussen lassen. Diese soziale Erwünschtheit und die Tatsache, dass sich die Befragten nicht immer ihren Handlungsmotiven bewusst sind, gehören zu den Nachteilen der Methode (Meyen et al. 2011: 116).

Als anspruchsvolle Methode ist es gerade bei der Gruppendiskussion wichtig, dass die gesprächsführende Person Erfahrungen in der Diskussionsführung mitbringt (Mey, 2003: 13). Zudem müssen auch die Teilnehmerinnen und Teilnehmer über ausreichend kommunikative Fertigkeiten verfügen. Nur so wird ermöglicht, dass auf Gesagtes Bezug genommen werden kann (Mey, 2003: 12). Ein Grundgedanke der Methode ist, dass es „wertvolle gruppenspezifische Effekte gibt, die das Engagement und die Auskunftsbereitschaft der Teilnehmer positiv beeinflussen.“ (Schulz et al., 2012: 13) Bei der Durchführung von Gruppendiskussionen mit Kindern wird empfohlen, diese in sogenannten Realgruppen durchzuführen. Die teilnehmenden Kinder sollten sich also auch untereinander kennen – so wird eine vertraute Atmosphäre geschaffen (Mey, 2003: 13).

„Gruppendiskussionen ermöglichen einen vertiefenden Einblick in die Mikroprozesse sozialer Aushandlungen (...) weil sich die Kinder bei dieser Erhebungsform in ihren Beiträgen vorwiegend aufeinander beziehen und sich weniger am Gesprächsleiter orientieren. Voraussetzung ist ein Gesprächsanreiz, der an die Alltagserfahrungen von Kindern anknüpft, und eine non-direktive Gesprächshaltung, die es ihnen ermöglicht, gemäß dem Prinzip der Offenheit ihre eigenen thematischen Schwerpunkte zu setzen.“ (Billmann-Mahecha, 2001: 12)

Bei der Arbeit mit Jugendlichen erweisen sich Fokusgruppen als gute Methode (Schulz et al., 2012: 14). Kennen sich die Jugendlichen untereinander, minimiert das die Schüchternheit und Distanz (Kühn/Koschel, 2011:279). Mit dem Einsatz eines groben Leitfadens bleibt die Forschung offen – so werden neue Erkenntnisse im Gespräch mit den Jugendlichen zugelassen.

Ein wichtiger Punkt bei der Erhebung ist die Anonymisierung der Daten. Denn aufgrund der Tonaufnahmen bei den Gruppendiskussionen sind theoretisch Rückschlüsse auf Personen möglich. „Bei der Anonymisierung werden alle im Interview vorgenommenen sensiblen Namen durch Decknamen (Codennamen) oder Kürzel ersetzt (...)“ (Kuckartz, 2014: 140). Bei dieser Forschungsarbeit wurden den Teilnehmenden ein Kürzel zugewiesen. Dieses setzte sich aus dem Buchstaben der Gruppe (A für die erste Gruppe, B für die zweite Gruppe, usw.) sowie einer Ziffer zusammen. Am Beginn des Gesprächs wurden die Jugendlichen gebeten, bevor sie die erste Frage beantworteten, ihr Kürzel zu erwähnen, damit später beim Transkribieren die Stimme leichter der jeweiligen Person zugeordnet werden kann. Diese pragmatische Methode hat sich während des Forschungsprozesses – insbesondere beim Transkribieren – als sehr hilfreich erwiesen.

#### Gruppendiskussionsleitfaden und Fragebogen

Die Gespräche mit den Jugendlichen wurden mithilfe eines einheitlichen Gruppendiskussionsleitfadens sowie eines kurzen Fragebogens geführt. Bevor mit den Diskussionen begonnen wurde, gab es mit den teilnehmenden Jugendlichen noch ein kurzes einführendes Gespräch. Sie wurden darüber informiert, dass die Gespräche aufgenommen, streng vertraulich behandelt und pseudonymisiert werden. Zu Beginn wurde gefragt, ob sie wissen, um welches Thema es bei den Gesprächen gehen wird. Danach wurde ihnen ein kurzer Fragebogen ausgehändigt. Dieser fragte nach Alter, Geschlecht, ob sie bereits bei einer Wahl teilgenommen haben und welche Medien sie benutzen. Er diente sowohl als Einstieg für die anschließende Gruppendiskussion, als auch zur näheren Beschreibung des Samples. Der Gesprächsleitfaden beginnt mit einer einführenden Frage darüber, wie sich Jugendliche im Allgemeinen über verschiedenste Themen informieren. Der Hauptteil des Fragebogens beschäftigte sich mit den eigentlichen Themen der Meinungsbildung, Politik und der Rolle der Medien. Im Allgemeinen haben sich die Gesprächspunkte sowie auch der inhaltliche Aufbau des Leitfadens in den Diskussionen bewährt. Während der Gespräche orientierte sich die Gruppendiskussionsleiterin am Leitfaden, ermöglichte aber auch über andere relevante Themen – wie z.B. den „Ibiza-Skandal“ – zu sprechen. Der Gruppendiskussionsleitfaden sowie der Fragebogen befinden sich im Anhang.

#### **4.2.3 Auswertungsmethode: Inhaltlich strukturierte qualitative Inhaltsanalyse**

„Voraussetzung für eine gute Analyse ist es, sich von einer Gruppendiskussion ins Staunen versetzen zu lassen.“ (Kühn/Koschel, 2011:172) Generell gilt, dass es nicht den einen Weg der Auswertung für Gruppendiskussionen gibt. Das Erkenntnisinteresse sollte daher die Grundlage für die Auswahl der Auswertungsmethode darstellen (Ruddat, 2012: 195). Um das Material zu erfassen und zu interpretieren, sind im Allgemeinen hermeneutische Verfahren zu bevorzugen

(Lamnek, 2010: 429f). „Ein induktives Vorgehen eignet sich generell bei der Exploration eines weitestgehend unbekanntem Forschungsbereichs oder zur Erfassung von breiten und detaillierten Begründungen der Teilnehmerinnen und Teilnehmer. Dies beinhaltet in der Regel eine Transkription des qualitativen Materials und je nach Umfang eine detaillierte, computergestützte Analyse.“ (Ruddat, 2012: 195) Zwar handelt es sich beim zu untersuchenden Themenfeld nicht per se um ein unerforschtes Gebiet, jedoch bietet sich, um die vorliegenden Forschungsfragen zu beantworten, dennoch eine induktive Vorgehensweise an. Die Analyse des Materials wird mittels der inhaltlich strukturierenden qualitativen Inhaltsanalyse nach Kuckartz (2014) ausgewertet. „Kern der inhaltlich-strukturierenden Vorgehensweise ist es, am Material ausgewählte inhaltliche Aspekte zu identifizieren, zu konzeptualisieren und das Material im Hinblick auf solche Aspekte systematisch zu beschreiben (...).“ (Schreier, 2014: o.S.) Diese Analysemethode und das mehrstufige Bilden von Kategorien gelten als bewährt und werden auch für die Auswertung von Gruppendiskussionen angewendet (Kuckartz, 2014: 77f.).

Ablauf der inhaltlich strukturierenden qualitativen Inhaltsanalyse nach Kuckartz (2014):

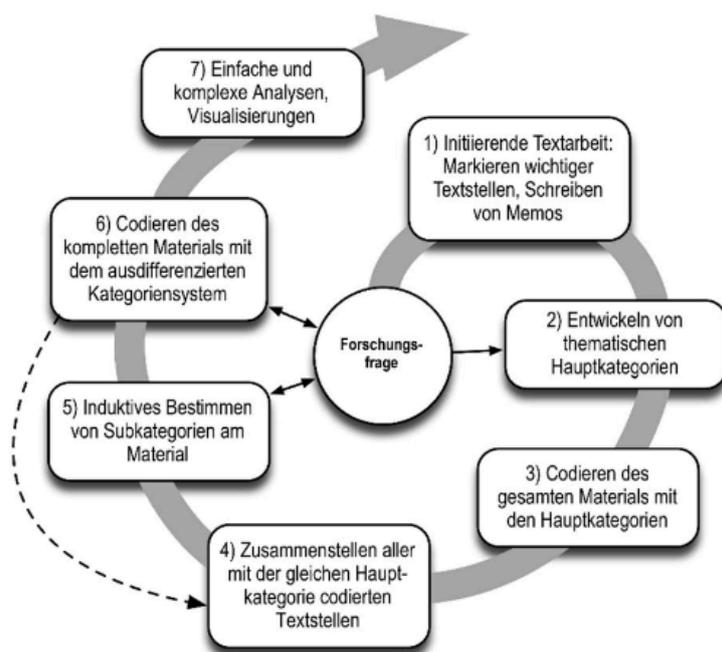


Abb. 2: Ablauf einer inhaltlich strukturierten Inhaltsanalyse (Kuckartz, 2014: 100)

Die inhaltlich strukturierende Inhaltsanalyse nach Kuckartz beginnt damit, sich mit dem Datenmaterial vertraut zu machen. Das heißt Lesen sowie Markieren von wichtigen Passagen (ebd., 2014: 79). Erst dann werden Haupt- und Subkategorien gebildet. Die Themen für die Hauptkategorien leiten sich von den Forschungsfragen ab, die bereits bei der Datenerhebung eine zentrale Rolle spielten. Herangezogen werden für die Hauptkategorien die wichtigsten Themen des Gesprächsleitfadens (Kuckartz, 2014: 79). Aufgrund der intensiven Auseinandersetzung des Datenmaterials im Vorfeld kann es bereits sein, dass sich weitere

wichtige Themen herauskristallisieren. Alles, was relevant oder auffällig erscheint, sollte hier schon kodiert werden (Kuckartz, 2014: 79). „Je größer die Anzahl der Kategorien ist und je umfangreicher und vielschichtiger die Daten sind, desto mehr Material benötigt man für den Probendurchlauf. In der Regel sollte man aber mit ca. 10 bis 25 % des gesamten Auswertungsmaterials auskommen.“ Die Hauptkategorien sollten nicht zu umfangreich sein aber eine möglichst genaue Beschreibung enthalten (Kuckartz, 2014: 81).

Anschließend folgt der erste Kodierprozess, bei dem ein Teil des Materials vollständig mit den Hauptkategorien sequenziell kodiert wird. (Kuckartz, 2014: 80) Im Fall dieser Forschungsarbeit werden zwei von den sieben durchgeführten Gruppendiskussionen im ersten Kodierprozess mit den Hauptkategorien kodiert. Es ist wichtig, dass die kodierte Einheit auch ohne Kontext verständlich bleibt, daher können, wenn nötig auch größere Textstellen kodiert werden (Kuckartz, 2014: 82) Allgemein wäre es für die Qualität der Auswertung von Vorteil, wenn mehrere Personen am Kodierprozess beteiligt sind (Kuckartz, 2014: 82). Da es sich bei dieser Forschungsarbeit um eine Masterarbeit handelt, obliegt die Kodierung, Auswertung sowie die Ergebnisdarstellung einer Person.

Nach dem ersten Kodierprozess werden die Textstellen mit den gleichen Hauptkategorien zusammengestellt und in weiterer Folge Subkategorien gebildet. Bei dieser induktiven Vorgehensweise erhalten die Subkategorien Definitionen und Beispiele, die direkt aus dem Material herangezogen werden (Kuckartz, 2014: 83). Beim Erstellen dieser Subkategorien gilt: „So einfach wie möglich, so differenziert wie nötig.“ (Kuckartz, 2014: 84) Der zweite und letzte Schritt des Kodierens erfolgt mit den Haupt- und Subkategorien am gesamten Material. Hier kann es vorkommen, dass weitere Subkategorien erstellt werden müssen (Kuckartz, 2014: 88).

Anschließend kann mit der tatsächlichen Inhaltsanalyse begonnen werden. Beim Erstellen „fallbezogener thematischer Summaries“ werden Haupt- und Subkategorien und/oder für die Analyse relevante Themen zusammengefasst und später in Fallübersichten (in Tabellen) dargestellt (Kuckartz, 2014: 92). Der Vorteil dieser Vorgehensweise ist, dass die Analyseeinheiten „in gleicher Weise behandelt“ werden (Kuckartz, 2014: 93). Zudem stützen sich die Zusammenfassungen auf Originalzitate – sie „sind also im wahrsten Sinne in den empirischen Daten begründet.“ (Kuckartz, 2014: 93). Diese Form der Analyse ist nicht nur sehr flexibel und sehr gut dokumentiert, sondern bildet auch eine gute Basis für die weitere Auswertung und Ergebnisdarstellung (Kuckartz, 2014: 93).

Der finale Schritt der inhaltlich strukturierenden Inhaltsanalyse ist die Kategorienbasierte Auswertung und Ergebnisdarstellung. Hier gilt es zu bedenken, dass „keinesfalls nur die Häufigkeiten der Themen und Subthemen“ dargestellt werden sollten, „sondern die inhaltlichen Ergebnisse in qualitativer Weise zu präsentieren, wobei durchaus auch Vermutungen geäußert

und Interpretationen vorgenommen werden können“ (Kuckartz, 2014: 94). Generell dürfen Häufigkeiten schon als Orientierung fungieren, jedoch sollte „eine begründete Interpretation und die Darstellung der Ergebnisse im Vordergrund“ stehen, um so „auf Haltungen, Einstellungen und Denkweisen der Teilnehmer zu schließen.“ (Hilpert et al., 2012: 173) Der Ergebnisbericht kann und soll dann mit relevanten Zitaten unterlegt werden.

Aufgrund der erwarteten großen Textmengen werden die Analyseeinheiten mit Hilfe der Software MAXQDA ausgewertet. Das Programm erlaubt es „Kategorien zu bilden, Textstellen zu strukturieren und Argumentationsstränge zu identifizieren.“ (Hilpert et al., 2012: 170)

## 5 Forschungsergebnisse

Der Gesprächsverlauf der sieben Gruppendiskussionen war durch den Leitfaden gut strukturiert und daher im Allgemeinen sehr ähnlich aufgebaut. Dennoch ließ der vorbereitete Leitfaden genügend Spielraum zu, dass die Befragten auch neue Themen ansprechen und diskutieren konnten, z.B. über Influencer bzw. Blogger oder den Ibiza-Skandal. Die Forschungsergebnisse sind in zwei Teile gegliedert: die Auswertung der Fragebögen (zur Beschreibung des Samples) und die Auswertung der Gruppendiskussionen.

### 5.1 Auswertung der Fragebögen

Damit das Sample der Gruppendiskussionen genauer beschrieben werden kann, wurde vor den Gesprächen ein kurzer Fragebogen ausgehändigt. Dieser erfasste sozio-demographischen Daten, die Mediennutzung der Jugendlichen und, ob sie schon mindestens einmal bei einer Wahl teilgenommen haben. Ziel des Fragebogens war es lediglich die befragte Grundgesamtheit näher zu beschreiben – er diente als lockerer Einstieg in die Gespräche. Der Fragebogen ist im Anhang beigefügt.

Insgesamt haben 33 junge Frauen und Männer bei sieben Gruppendiskussionen teilgenommen. Davon waren 21 weiblich (63,6 %) und 12 männlich (36,4 %). Von den Teilnehmerinnen und Teilnehmer waren elf 17 Jahre, 20 waren 18 Jahre und zwei waren 19 Jahre alt. Dass zwei der Teilnehmenden über 18 Jahre alt waren, wurde erst während den Gesprächen klar. Da die teilnehmende Schule nur zwei Klassen für die Gespräche zur Verfügung gestellt hat und nicht alle an den Gesprächen teilnehmen wollten, wurde daher der Beschluss gefasst, dass auch die beiden 19-Jährigen auch teilnehmen dürfen.

Niemand unter den Teilnehmenden ist Mitglied bei einer politischen Organisation bzw. einer Partei. Alle Jugendlichen hatten bereits bei mindestens einer Wahl teilgenommen, darunter unter anderem die Bundespräsidentenwahl 2016 oder die Nationalratswahl 2019. Bei den Gruppen, die nach der EU-Wahl 2019 befragt wurden, haben bis auf eine Teilnehmende alle Jugendlichen gewählt.

#### Traditionelle Medien

- 81,8 % der befragten Jugendlichen nutzen das Fernsehen.
- 69,7 % der befragten Jugendlichen hören Radio.
- 54,5 % der befragten Jugendlichen lesen Zeitungen.
- 21,2 % der befragten Jugendlichen lesen Zeitschriften oder Magazine.

#### Soziale Medien

- 100 % der Teilnehmerinnen und Teilnehmer nutzen WhatsApp.

- 93,9 % der befragten Jugendlichen nutzen Instagram (Nur zwei Teilnehmerinnen und Teilnehmer haben kein Instagram).
- 93,9 % nutzen Snapchat.
- 51,5 % der befragten Jugendlichen nutzen Facebook.
- 21,2 % nutzen Twitter (nur sieben der Befragten).

### Informationsverhalten vor Wahlen

- 72,7 % informieren sich vor Wahlen über traditionelle Medien.
- 78,8 % informieren sich vor Wahlen über soziale Medien.
- 57,6 % informieren sich vor Wahlen bei ihren Eltern bzw. in der Familie.
- 48,5 % informieren sich vor Wahlen bei ihren Freunden.

## 5.2 Auswertung der Gruppendiskussionen

Für die Auswertung der Gruppendiskussionen werden, die im Programm MAXQDA kodierten Textpassagen paraphrasiert, interpretiert und mit Originalzitaten<sup>5</sup> aus den Gesprächen unterlegt. Das Codebook mit den Haupt- und Subkategorien sowie Beispiel-Kodierungen ist im Anhang angeführt. Die einzelnen Aussagen der Teilnehmenden werden mit ihrem zugeteilten Kürzel und der jeweiligen Seite im Anhang zitiert (z.B. A1: 10).

### 5.2.1 „Mediale Informationsquellen“

Die erste Kategorie „Mediale Informationsquellen“ besteht aus mehreren Subkategorien. Diese wurden aus dem Forschungsinteresse und dem Leitfaden heraus erstellt. Einige Subkategorien wurden induktiv, direkt am Material gebildet.

Mediale Informationsquellen waren bereits zu Beginn der Diskussionen ein Gesprächsthema. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer nennen unterschiedliche Medien als ihre Informationsquelle. Am Anfang waren die „medialen Informationsquellen“ noch sehr undefiniert formuliert. Manche nannten Zeitungen, Zeitschriften oder Bücher als Informationsquelle, andere soziale Medien oder das Internet bzw. Google allgemein. Interessant ist, dass Medien sehr häufig auch in Kombination mit persönlichen Informationsquellen genannt wurden.

*„Also, wenn mich was interessiert, dann google ich es zuerst mal und hole mir ein paar Informationen oder dann bespreche ich das mit meinen Freunden, der Familie.“ (C1: 41)*

*„Also bei mir persönlich ist es eigentlich so, dass ich egal bei was, ich google erstmal den Begriff und dann schau ich ... Also eigentlich immer durchs Internet. Also wenn ich was über ein bestimmtes Thema wissen möchte, was ich zum Beispiel in einer Zeitung*

---

<sup>5</sup> Die Zitate aus den Transkripten wurden nicht verändert. Wortwiederholungen oder andere Stilfehler wurden nicht korrigiert.

*aufgeschnappt habe oder woanders aufgeschnappt habe, dann google ich das halt.*  
(B1: 23)

*„Ahm, ja auch übers Internet und über die Zeitungen. Dann bilde ich mir meistens meine Meinung und dann rede ich mit Freunde darüber, ob die noch irgendwas wissen.“*  
(E3: 68)

### Subkategorie „Traditionelle Medien“

In dieser Kategorie wurden die Aussagen der Teilnehmenden zu Medien wie Fernsehen, Zeitungen oder Radio kodiert.

Einige der Teilnehmenden kommen zu Hause – über die Sozialisationsinstanz Familie bzw. Eltern – mit Medien wie Zeitungen oder Nachrichtensendungen im Fernsehen in Berührung.

*„Also ich hab ein Abo und da bekomme ich regelmäßig in der Woche Salzburger Nachrichten.“* (C4: 41)

*„Ahm, wir haben zu Hause immer so den Kurier. Und so, ich les halt auch im Internet im Standard voll.“* (C5: 41)

Sehr spannend war, dass ein Teilnehmer selbst eine Zeitung – die Wochenzeitung Der Falter – mit seinem Taschengeld abonniert hat:

*„(...)ich hab jetzt zum Beispiel seit einem Monat oder seit zwei den Falter abonniert. Weil wir haben daheim nur den Kurier abonniert und mir ist aufgefallen, dass das schon eher rechtslastig waren, die Artikel. Oder von den Meinungen her. Deswegen hab ich mir da mal den Falter abonniert, weil da hab ich dann ein bisschen einen Gegenpol dazu.“* (B2: 30)

Zwei Punkte, die in dieser Arbeit bereits im Kapitel Problemaufriss und Forschungsinteresse von Wippersberg (2016) und Herzig Gainsford (2017) beschrieben wurden, konnten sich in den Gesprächen zum Teil bestätigen. Und zwar, dass Jugendliche besonders Zeitungen nur dann konsumieren, wenn sie gerade praktisch verfügbar sind oder zu Hause herumliegen.

*„Eher nicht, nur ein bisserl passiv - wenn der Papa liest, dann lese ich halt ein bisschen mit, eventuell. Aber nicht aktiv das ich Zeitung lese.“* (D1: 55)

*„Ich glaub, wenn ichs sehe, einen Artikel vor mir liegen habe (...) Ja genau dann les ichs mir durch. Aber bevor ich jetzt sage, also wenn ich die Wahl habe, wenn ich das schnell einfach nur Informationen haben will, dann greife ich natürlich zu Social Media.“*  
(B3: 23)

*„Ich schau mir nur Zeitungen, wenn sie bei uns zu Hause am Tisch liegen. Wenn ich grad in der Küche sitze und sie liegen da und ich seh eine fette, interessante Schlagzeile, dann schon. Aber ich kauf mir generell eigentlich keine Zeitungen, weil ich mir denke, das kann ich online auch nachschauen.“* (A5: 4)

*„Aber ich finde schon, also Printmedien sind mir schon sympathischer. Aber ich habs halt da in der Wohnung nicht und deswegen.“* (B1: 30)

Auffällig ist auch, dass z.B. gerade in politisch spannenden Zeiten – wie beim Ibiza-Skandal – öfters auf traditionelle Medien zurückgegriffen wird (siehe Kategorie „Ibiza-Skandal“)

*„Also ich finde, es kommt voll drauf an, ob es ein aktuelles Thema ist oder nicht. Weil, wenn es aktuell ist, dann hört man es in Nachrichten auch. Also wenns jetzt etwas ist,*

*eine Affäre oder so, eine politische Affäre - dann schaue ich schon öfter Nachrichten.“  
(A2: 4)*

*„Da schau ich erst dann drauf, wenn so ein Skandal ist. zum Beispiel Ibiza-Skandal,  
den hab ich mir schon angeschaut in der Zeitung. Aber so ...“ (E3: 72)*

*„Wenn sich jetzt nichts tut, dann würde ich nicht nachschauen. Dann schau ich generell  
keine Zeitung an, eigentlich.“ (E4: 72)*

*„Die (Anm. die Zeitungen) liegen meistens irgendwo herum. Also daheim meistens.“  
(E1: 68)*

Geht es um den Konsum von traditionellen Medien, liegen die Erfahrungen der Teilnehmenden zum Teil weit auseinander. Für manche sind Tageszeitungen eine wichtige Informationsquelle, auf die sie regelmäßig zurückgreifen. Andere greifen nur auf diese zurück, wenn bestimmte Themen gerade groß medial ausgespielt werden – eben wie beim Ibiza-Skandal. Klar ist aber, dass traditionelle Medien auf jeden Fall überall in einer Art und Weise im Leben der Jugendlichen präsent sind. Sei es durch die Eltern, die Schule oder weil sie sich selbst dafür interessieren.

#### Subkategorie „Traditionelle Medien Online“

Während den Gesprächen wurde schnell klar, dass die Jugendlichen traditionelle Medien häufig online konsumieren. Diese Kategorie wurde daher induktiv gebildet.

Auf bestimmte Medienbeiträge wie z.B. Zeitungsartikel kommen die Befragten über die Suchmaschine Google oder über soziale Medien. Manche der Teilnehmenden folgen auch bestimmten Nachrichtenmedien wie z.B. dem ORF oder dem Standard auf Facebook oder Instagram.

*„Ich googles einfach. Das ist das aller einfachste heutzutage, dass man einfach im  
Internet nachschaut und auf verschiedenen Quellen natürlich. Auf ORF oder eben auch  
auf Wikipedia, wenns ein anderes Thema ist als Politik.“ (D1: 55)*

*„Ich informiere mich auch im Internet, manchmal auch auf sozialen Medien. Twitter und  
auch Instagram gibts auch immer so diese Presse-Seiten.“ (C2: 41)*

*„Ich hab ZIB auf Facebook abonniert, dann seh ichs halt immer.“ (A3: 10)*

*„(...) Aber da finde ich es informativer für mich persönlich, wenn man Zeitungen folgt.  
Aber wirklich Standard, Presse und nicht Krone oder so, weil ...“ (B1: 24)*

#### Subkategorie „Soziale Medien“

Bei der Informationssuche spielen für Jugendliche auch soziale Medien eine Rolle. Zumindest haben sie diese gleich zu Beginn der Gespräche neben traditionellen Medien als Informationsquelle genannt. Wie bereits in der Kategorie „Traditionelle Medien online“ erwähnt, werden in sozialen Medien auch traditionelle Nachrichtenmedien konsumiert, z.B. folgen manche der Teilnehmenden Zeitungen auf Instagram. Argumente, die für Social Media genannt wurden, sind vor allem, dass es schnell und einfach geht an die gewünschten Informationen zu

gelangen. Sie können gezielter Informationen erhalten bzw. so lange recherchieren, bis sie das gefunden haben, was sie interessiert. Bei einer Printzeitung ist das nicht möglich.

*„Dann würde ich Social Media sagen, weil da kann ich alles angeben und kann direkt zu jeder Partei genau das was ich suche und wonach ich frage. Und das habe ich in der Printzeitung oft nicht, weil da steht eben das drinnen, was drinnen steht und ich muss mich mit dem abfinden. Auch wenns gut ist. Aber wenn ich jetzt noch genauere Informationen haben will oder noch detailliertere zu gewissen Themen, dann hab ich das halt nicht.“ (B3: 33)*

*„(...) wenn ihr jetzt werten müsstet, welche Art von Medien wäre jetzt wichtiger für euch? Würdet ihr eher lieber zu traditionellen Sachen greifen oder zu soziale Medien?“ (Interviewerin: 86)*

*„Auf jeden Fall Social Media.“ (F2: 86)*

*„Ja, ich auch“ (F3: 86)*

*„Und warum?“ (Interviewerin: 86)*

*„Ja, es ist viel zugänglicher. Es bietet einfach viel mehr Möglichkeiten. Es hat viel mehr Freiraum. Es ist einfacher. Da braucht man sich nicht mal mehr selbst was durchlesen, wenn man was wissen will.“ (F2: 86)*

Bei genauerer Nachfrage wurde aber klar, dass Social Media an sich als Informationsquelle eher einen untergeordneten Stellenwert hat. Hier sind die Jugendlichen nicht online, um sich über bestimmte (politische) Themen zu informieren. Dennoch tauchen auch auf den sozialen Netzwerken regelmäßig politische Inhalte auf, die den Jugendlichen auffallen.

*„Und Instagram finde ich, ist nicht so, für mich persönlich, wenn ich mich wirklich informieren möchte, nicht so die Anhaltstelle wo ich jetzt als erstes hingeh.“ (B1: 24)*

*„Auf Social Media ist halt viel Werbung, das muss man sich halt im Hinterkopf behalten. Das von den Parteien ist halt Werbung und es ist irgendwie keine sehr authentische Berichterstattung oder so. Weiß nicht, ob ich mich über Social Media informieren würde, glaube ich nicht.“ (A1: 22)*

*„Aber so Social Media, dass ich mich da wirklich immer nur informiere ist eher nicht so. Wenn ich mich wirklich informieren möchte, dann schaue ich schon aktiv im Internet schon selber auch nach. Weil immer nur so die Meinung von dem und dem einfach so übernehmen geht auch nicht.“ (D2: 58)*

Sehr interessant ist, dass obwohl einige der befragten Jugendlichen keinen Facebook-Account haben, sie dennoch vieles indirekt über Facebook mitbekommen. Und zwar über die Berichterstattung in traditionellen Medien. Social Media und klassische Nachrichtenmedien überschneiden sich, wenn z.B. Zeitungen über Facebook-Posts von Politikerinnen und Politikern berichten.

*„Weil es ja in den, trotzdem in den Nachrichten gezeigt wird, dass zum Beispiel Strache gepostet hat, dass er sich halt demokratiepolitisch verantwortlich fühlt, dass er das EU-Mandat annimmt, weil er ja die Vorzugsstimmen bekommen hat und so. Also man bekommt schon was durch die Nachrichten von Facebook mit, indirekt quasi.“ (D1: 59)*

Soziale Medien alleine sind nie die einzige Informationsquelle der befragten Jugendlichen:

*„Ja, wenn ich irgendwas auf Social Media oder so lese, dann schaue ich auch im weiteren Internetverlauf irgendwie so Zeitung, Wahlprogramme oder was ich auch finde, wie passt das zusammen (...)“ (D2: 62)*

Obwohl Twitter bei der Jugend ein eher unwichtigeres soziales Medium darstellt, erhält es bei politischen Themen etwas mehr Aufmerksamkeit. Es scheint aber, dass es nur bei jenen Jugendlichen, die wirklich ein großes politisches Interesse haben, eine beliebte Anlaufstelle für Informationen ist.

*„(...) Und ich finde eigentlich, dass Twitter was politische Sachen oder generell, das sehr interessant ist. Weil auch die ganzen Politiker oder generell Personen des öffentlichen Lebens auf Twitter zurückgreifen. Ich mein, ganz altmodisch auch oft noch auf Facebook.“ (B1:23)*

*„(...) ich habe eben Twitter auch jetzt folge ich nur Personen aus der Politik, weil das hat sich eben angeboten, weil da kann man eben auch so reinschauen und da sieht man auf dem ersten Blick was da alles ein bissl abgeht.“ (B2: 24)*

*„Ich bin jetzt nicht so aktiv auf Twitter. Also ich folge da vor allem nur so eben so politische Sachen, weil das eben so lustig ist, was die Leute da drüber schreiben drüber. Und bei sowas, da explodiert das einfach dann. Und man erfährt dann sowieso über die ganzen Hashtags und so... du musst es nicht wirklich abonniert haben. Sondern man sieht es sowieso, was dann so gekommen ist.“ (C1: 50)*

### Subkategorie „WhatsApp“

In dieser Kategorie schwimmen zwei verschiedene Informationsquellen: die mediale und die persönliche. Zwar gilt WhatsApp als soziales Medium, jedoch wird es hauptsächlich zur persönlichen Kommunikation genutzt. Politische Themen oder Inhalte werden von den Jugendlichen via WhatsApp oft in Form von Screenshots oder Memes geteilt. Sie erhalten diese entweder von ihren Peers oder senden sie weiter – z.B. in WhatsApp „Klassengruppen“.

*„Es wird aber auch teilweise so gemacht, dass teilweise Facebook-Posts dann irgendwie auf WhatsApp oder so weitergeschickt werden.“ (D2: 58)*

*„Oder schreibt ihr dann auch so auf WhatsApp „he, habt ihr gehört, es ist ein Video aufgetaucht?“ (Anm. Video des Ibiza-Skandals) (Interviewerin: 16)*

*„Doch auch, kommt auch vor.“ (A1:16)*

*„Manchmal, ja.“ (A3: 16)*

*„Grade jetzt mit dem Video. Das war bei uns in der Klassengruppe zum Beispiel jetzt ... Jede Stunde, wenn was Neues gekommen ist, hat jemand einen Screenshot hineingeschickt oder so.“ (A2: 16)*

### Subkategorie „Influencer/Blogger“

Das Thema Influencer kam erst in den Gesprächen mit den Jugendlichen auf – es war kein Teil des Leitfadens. Bloggerinnen und Blogger teilen ihre Meinungen über ihre Blogs oder Social-Media-Kanäle, daher ist diese Kategorie eine Subkategorie der „Medialen Informationsquellen“.

Bestimmte Bloggerinnen oder Blogger informieren auch zu politischen Themen. Die Jugendlichen nehmen das auch aktiv wahr. Ihnen fällt bspw. auf, dass diese dann eher für

politische Partizipation eintreten und nicht direkt für bestimmte Parteien oder Politikerinnen und Politiker.

*„Und dann hab ichs erst so richtig gesehen, also von den Berühmten halt, in ihren Geschichten oder so, da hat man das halt dann gesehen. Also die haben dann halt eher Werbung gemacht, dass man wählen gehen sollte.“ (E1: 72)*

*„Was ich halt erfahren habe, über Social Media, dass sehr viele Musiker und so gesagt haben, gehts wählen, also haben das wirklich promoted. Also nicht irgendeine Partei, sondern einfach so, gehts wählen, gehts bitte wählen. Und das hab ich eigentlich gut gefunden. Ich glaube deshalb is auch die Wahlbeteiligung bei der Wahl so raufgestiegen. Weil auch die sich so beteiligt haben und gesagt haben, gehts bitte und nehmts das ernst.“ (C1: 53)*

*„Naja, ich folge eher so einer Bloggerin, aber die ist eher so auf Umwelt so also, die tut jetzt nicht so für die Grünen zum Beispiel so, aber das man sich da einsetzen soll. Und die hat glaube ich auch was gemacht, also in ihrer Insta-Story, dass sie halt Werbung für das gemacht hat, das man halt wählen gehen soll. Aber sich jetzt nicht zumindest für eine Partei oder so.“ (C4: 53)*

*„Die erwähnen das vielleicht einmal kurz. Also die EU-Wahl halt ist jetzt schon öfters erwähnt worden, bei Bloggern oder so. Aber nicht, nichts genaues eigentlich.“ (A4: 11)*

In diesem Zusammenhang haben manche der Befragten das YouTube-Video des YouTubers „Rezo“<sup>6</sup> angesprochen, das vor der EU-Wahl 2019 veröffentlicht wurde.

*„Aber auf YouTube gibts einen deutschen YouTuber, der hat vor Kurzem ein langes Video raushaut über die CDU und CSU in Deutschland und auch ein bisschen zur SPD. Und das habe ich recht interessant gefunden. Also der hat da viele Aspekte auch erwähnt, was auch den Umweltschutz ... wie der umgesetzt wird, was die versprochen haben von den Klimazielen von Paris. Und auch ... insgesamt die Beteiligung an Kriegsverbrechen, Völkermord und in diese Richtung. Also wo die Regierung eigentlich unterstützt obwohl es eigentlich genau das Gegenteil ist, was sie eigentlich versprochen haben.“ (D3: 65)*

*„Und dann hat er auch das mit der CDU und CSU gemacht, auch wenn es mich jetzt nicht persönlich betrifft, weil ich jetzt auch in Österreich wohne, ich habs mir trotzdem angeschaut. Weil ich mir gedacht habe, ja es ist interessant, ich möchte auch wissen, was der dazu denkt.“ (D2: 66)*

*„Ja da gibts viele, also da gibts auch so ein YouTube Video wo sie auch voll auch in Deutschland, ich glaube wegen der CDU war das, der ist voll auf die CDU gegangen. Und das hab ich mir auch angeschaut, weil die CDU halt sehr ähnlich ist wie die ÖVP. Und das war dann irgendwie schon so, wenn das so gestimmt hat was der gesagt hat, dann ist das schon sehr schockierend gewesen was er erzählt hat.“ (E3: 73)*

#### Subkategorie „Internet allgemein“

Hier wurden alle Aussagen zum Online-Informationsverhalten kodiert, die nicht direkt sozialen Medien oder Online-Nachrichtenmedien zugeschrieben werden konnten. Die Jugendlichen

---

<sup>6</sup> Siehe dazu bspw. „Die CDU und der Youtuber Rezo“ (Roßmann, 2019: o.S.) oder „Pfarrersohn mit Undercut und Youtube-Konto“ (Freund, 2019: o.S.)

haben oft davon gesprochen, etwas zu googeln oder im Internet nachzusehen. Auch „News“, die von bestimmten Smartphones angezeigt werden, wurden dieser Kategorie zugeteilt.

*„Ja, also ich finde politische Themen, wenn ich mich wirklich politisch über etwas informieren möchte, wenn es eh gerade Wahl ist - dann hört man es eh überall. Und wenn ich mich jetzt über ein Thema konkret informieren möchte, dann schau ich im Internet.“ (A5:4)*

*„Ich schau halt hin und wieder die News, die halt immer dann, wenn man da auf der Seite beim Handy scrollt, die es einem anzeigt, an.“ (A4: 10)*

*„Genau, oder wenn es jetzt nicht etwas ist, das viele Leute interessiert, dann schau ich halt im Internet.“ (A3: 4)*

*„Ich schau eigentlich auch viel auf Google. Weils auch wirklich einfach das einfachste ist.“ (D2: 55)*

*Auch Informationen zu den Wahlprogrammen einzelner Parteien werden auch meistens über Google gesucht (siehe Subkategorie „Informationsverhalten“).*

### Subkategorie „Vertrauen“ (mediale Informationsquellen)

Welchen medialen Informationsquellen die Jugendlichen besonders vertrauen oder welchen eher nicht, wurde in dieser Kategorie kodiert. Informationen aus sozialen Medien stehen die Jugendlichen eher skeptisch gegenüber. Dem ORF oder Qualitätsmedien allgemein schenken die Befragten mehr Vertrauen.

*„Ja, die ORF-Seite ist auf jeden Fall vertrauenswürdig, denkt man halt.“ (D1: 62)*

*„Ja, eh auch verschiedene Quellen. Und bei Zeitungen vertraue ich halt eher so den Qualitätsmedien und weniger irgendwelchen Boulevard-Zeitungen.“ (C5: 46)*

*„Ja auch verschiedene Quellen. Und bei mir ist es so, ich finde Social Media teilweise total vertrauensunwürdig. Weil wenn ich schaue was auf Facebook oder so teilweise steht, das ist ja (...)“ (C4: 46)*

*„Ich glaube das Problem mit den Social Media und Parteien ist dann einfach, dass sich jeder halt gut dastehen lassen will. Und halt nie die konkrete Wahrheit oder so preisgibt.“ (D5: 58)*

### Resümee „Mediale Informationsquellen“

Mediale Informationsquellen in ihrer gesamten Breite sind bei Jugendlichen auf jeden Fall präsent. Zwar in unterschiedlichem Ausmaß, aber dennoch sind Medien im Allgemeinen Teil des jugendlichen Alltags. Das wurde durch die Gespräche in den Gruppendiskussionen nochmals bestätigt. Doch nur mit medialen Informationsquellen alleine kommen die Jugendlichen nicht aus. Es kann ein Zusammenhang mit persönlichen Informationsquellen wahrgenommen werden. Lesen sie bestimmte Nachrichten oder sehen sie lustige Memes, dann wollen sie diese auch teilen oder mit ihren Peers besprechen. Besonders wenn gerade Themen medial besprochen werden, die die breite Masse interessiert und wo auch die Jugendlichen gerne mitreden (z.B. der Ibiza-Skandal).

## 5.2.2 „Persönliche Informationsquellen“

Die Kategorie „Persönliche Informationsquellen“ und die dazugehörigen Subkategorien, wurden an die Sozialisationsinstanzen der Jugendlichen angelehnt. Hier wurden die Aussagen kodiert, die sich auf das Informations- und Meinungsbildungsverhalten außerhalb von Medien, beziehen.

Auch wie bei den medialen Informationsquellen, wurden die persönlichen Informationsquellen wie Eltern oder Freunde schon am Anfang der Gespräche von den Jugendlichen erwähnt.

*„Aber das wird wirklich auch so oft noch über Mundpropaganda gemacht. (...) Also das wichtigste bekommt man auch so, ohne Medien mit. Weil die anderen dir das eh erzählen.“ (A1: 15)*

*„Ich rede viel mit meinen Eltern drüber. Also im Fernsehen schaue ich mir auch viel an und ja Instagram und mit Freunden auch. Zeitung eher weniger.“ (E4: 68)*

*„Das war ... eben mit Mama und Papa drüber reden und mit Oma und Opa. Und dann auch in der Schule diskutieren.“ (E1: 70)*

*„Also ich informiere mich hauptsächlich übers Internet und wenns politische Themen sind, spreche ich auch gerne mit meinem Großvater.“ (D3: 55)*

### Subkategorie „Familie“

Die Familie ist häufig dann erster Ansprechpartner der Jugendlichen, wenn sie noch nicht so sehr mit einem Thema vertraut sind. Von ihren Eltern erhalten die Befragten schnelle und unkomplizierte Auskunft.

*„Ja oder wenn es halt auch ein Thema ist, wo sich meine Eltern auskennen und die sind grad daneben, dann frage ich meine Eltern.“ (A1: 4)*

*„Ja voll, es kommt halt auch darauf an, ob man Leute in der Familie hat, die sich damit auskennen. Dann geh ich halt nicht ins Internet und lass mir das mühsam auf Wikipedia erklären - wo eine Erklärung 40 Seiten lang ist. Sondern, dann frage ich Eltern, Freunde oder Familie. Ist leichter.“ (A5: 4)*

*„Ich hab auch sowas, man hört auch so Familienmäßig ... Das ist auch ein großer Einflussfaktor finde ich. Also nicht so extrem, ich mache jetzt nicht das was meine Mama macht. Aber ich finde schon, dass das ein Einflussfaktor ist. (...)“ (A3: 8)*

*„Ja, ich glaube, dass man am Anfang, wenn man sich noch nicht so sehr auskennt, dass da viel von den Eltern mit ...“ (E3: 70)*

*„Ja bei mir ist es so, dass ich viel mit Oma und Opa drüber rede, weil die am Näheren einfach bei mir sind. Und mit meinen Eltern rede ich auch. (...)“ (E1: 75)*

*„Ich schau eigentlich auch viel auf Google. Weils auch wirklich einfach das einfachste ist. Und ich frag aber dann auch teilweise meine Eltern, weil sie sich teilweise auch besser auskennen als ich.“ (D2: 55)*

*„Ahm, bei mir ist es auch so. Es kommt natürlich aufs Thema drauf an. Am liebsten natürlich, würde ich einfach meine Eltern fragen. Weil die sind am einfachsten zugänglich, ansonsten einfach das Internet oder Bücher.“ (D5: 55)*

Wollen sich die Jugendlichen über politische Themen bei ihrer Familie informieren, machen sie das eher dann, wenn sie derselben politischen Meinung wie ihre Eltern sind. Wissen sie oder

denken sie, dass die Eltern politisch anders eingestellt sind, dann reden sie eher ungerne über Politik mit ihnen.

*„Aber ich rede da nicht viel mit meinen Eltern darüber, weil die sind ziemlich auf ihre Partei eingefahren und ich möchte mich da nicht irgendwie beeinflussen lassen dann.“ (D2: 56f)*

*„Also ich rede mit meiner Familie nicht so viel über Politik. Deshalb krieg ich das von daheim nicht so mit, also das ist von meiner eigenen Einstellung herausgekommen. Ich weiß nicht, was meine Eltern wählen, also ich lasse mich da nicht so beeinflussen über das.“ (C3: 43)*

*„(...) Und ich finde auch Familie ist meistens sehr interessant. Wenn man einfach nur zuhört oder mitdiskutiert oder so. Und irgendwann findet man so ein Mittelmaß, goldene Mitte. (...)“ (B3: 30)*

*„Hmm, bei mir ist es so, ich wohne ja nicht zu Hause und ich seh meine Eltern jetzt nicht so oft. Deswegen, wenn ich daheim bin, dann gibts schon oft Diskussionen. Meine Mama ist jetzt nicht so, also sie informiert sich schon in der Politik, nur die sagt einfach sie informiert sich, wenn eine Wahl ansteht, aber sonst ist es nicht so. Mit meinem Papa rede ich schon viel drüber, der kennt sich eigentlich schon ziemlich gut aus. Aber der ... was ich voll an ihm schätze, der ist sehr objektiv. Und er hat mir auch noch nie gesagt, welche Partei er wählt. Ahm, und er sagt mir immer ... er redet, er würd auch zum Beispiel kein schlechtes Wort über die FPÖ verlieren, weil er einfach sagt, ich soll das entscheiden.“ (B1: 36)*

### Subkategorie „Peer-Group“

Als Anlaufstelle für konkrete Informationen kann die Peer-Group nicht direkt gezählt werden. Mit Freunden oder Klassenkameraden wird aber doch auch über Politisches gesprochen. Interessant sind für die Jugendlichen die Meinungen ihrer Peers.

*„Ich informiere mich auch vor allem übers Internet aber auch über Zeitungen. Aber man redet dann eben mit Familien, Freunde über so Sachen.“ (C5: 41)*

*„(...) Also unter Freunden haben wir eigentlich immer so geredet, was grad so passiert und ja.“ (C5: 45)*

*„Ja, oder Freunde, wenn die sich auskennen, wenn es ein Thema ist, wo wer anderer mehr Erfahrung hat oder so.“ (A4: 4)*

### Subkategorie „Vertrauen“

Aussagen, wie sehr die Jugendlichen persönlichen Informationsquellen vertrauen, wurden hier kodiert. Generell haben die Teilnehmenden alle ein großes Vertrauen darin, dass die Informationen, die sie von ihrer Familie bekommen auch tatsächlich wahr ist.

*„Mhm, also mein Opa der weiß auch jede Kleinigkeit und alles. Und ich glaube schon, dass wenn er dann gut über eine Partei redet oder so, dass ich mir auch denke ok ja das glaube ich gleich. Und wenn er sich so auskennt, dann muss das so stimmen. (...) Vor allem mein Opa wäre nicht so, dass er jetzt irgendwas erzählen würde, weil der ist so immer ins kleinste Detail und so informiert. (...) Und wenn er was nicht weiß, dann schaut er gleich nach und erklärt es dann gleich.“ (E1: 75)*

*„Nein, also wenn ich wirklich Fragen hätte, dann rede ich schon mit meinen Eltern darüber. Die würden das auch ganz ehrlich beantworten.“ (C1: 46)*

### Resümee „Persönliche Informationsquellen“

Zusammengefasst kann gesagt werden, dass sich die Jugendlichen an persönliche Informationsquellen wenden, wenn sie sich noch nicht so gut bei bestimmten Themen auskennen. Dann greifen sie gerne auf das Wissen ihrer Eltern oder ihrer Familie zurück. Mit Freunden wird zwar auch über Politisches gesprochen, aber sie werden nicht direkt als wichtigste Informationsquelle angesehen. Sie sehen in diesen persönlichen Instanzen aber auch Diskussionspartnerinnen und Diskussionspartner, mit denen gerne unterschiedliche Meinungen geteilt und ausgetauscht werden.

### **5.2.3 „Politische Meinung“**

Aussagen zum Umgang mit politischen Meinungen oder Ansichten wurden in der Kategorie „Politische Meinung“ kodiert. Die teilnehmenden Jugendlichen wurden gefragt, wie sie mit ihren Standpunkten bezüglich Parteien, Politik oder Politikerinnen und Politikern umgehen – online wie offline. Dazu gehört auch, ob sie bestimmten politischen Vertreterinnen oder Vertretern auf sozialen Netzwerken folgen.

Im Allgemeinen haben die Jugendlichen kein Problem damit, ihre persönliche politische Meinung mit anderen zu teilen. Solange dies direkt oder Face-to-Face passiert. Besonders gegenüber ihren Freunden, haben die Befragten keine Scheu, politische Themen anzusprechen oder ihre Standpunkte mit ihnen zu teilen.

*„Ja, also ich rede auch mit meinen Freunden drüber. Aber meistens sag ich ihnen erst nachdem die Wahl war. Aber also, Social Media bin ich generell nicht so aktive Nutzerin, deshalb ist es da nicht so prominent.“ (C2, 47)*

*„Ja also, ich bin eigentlich sehr offen mit meiner Meinung. Also wenn mich wer fragt, dann sage ich auch was ich gewählt habe. Das ist mir eigentlich ziemlich egal. Aber es ist nicht so, dass ich es jetzt irgendwo poste oder sonst was. Also in der Klasse, beim Diskutieren mit Freunden oder mit Eltern ist das auch kein Problem.“ (D3: 63)*

*„Ahm, also online gar nicht. Ich würd das auch nie irgendwie posten. Weil ich finde, wenn das meine Meinung ist, dann ist das meine Meinung und ich muss das nicht irgendwie an die Welt hinaustragen. Im Freundeskreis reden wir schon viel drüber. (...)“ (B1: 38)*

Die Frage, ob die Jugendlichen ihre politische Meinung auch auf sozialen Netzwerken teilen würden, wurde fast immer verneint.

*„Wie teilt ihr eure politische Meinung online auch?“ (Interviewerin: 20)*

*„Nein“ (A1; A2; A3; A4: 20)*

*„Wie teilt ihr eure politische Meinung? Online irgendwie durch Liken, Kommentieren oder so?“ (Interviewerin: 77)*

*„Ich zeig da eigentlich gar nichts.“ (E3: 77)*

*„Online gar nicht.“ (E4: 77)*

*„Nein, ich zeigs auch nicht. Aber ich glaube trotzdem, dass ihr wisst, was ich wähle.“ (E1: 77)*

Beim genaueren Nachfragen wurde deutlich, dass viele doch irgendwie „indirekt“ politische Standpunkte online öffentlich machen – z.B. durch Liken, Teilen oder Kommentieren. Manche der Befragten sehen darin kein Problem bzw. denken sie nicht, dass dadurch ihr politischer Standpunkt preisgegeben wird:

*„Ja, ich folge ein paar verschiedenen, aber da kann man nicht wirklich rauslesen, was ich jetzt für eine Partei habe.“ (F1: 92)*

*„Interviewerin: Aber wenn du jetzt sagst, du likest jetzt irgendwie den Beitrag der Partei, dann heißt das ja wahrscheinlich, du folgst auch einer bestimmten Partei?“*

*„Ja, das sehen sie eh. Aber finde ich, ist ja nichts Schlimmes, wenn das wer weiß.“ (C3: 47)*

Einige der Befragten folgen auf Social Media auch bestimmten Politikerinnen und Politikern. Gründe dafür können ein persönlicher Bezug sein, oder weil sie ansprechende Inhalte teilen:

*„Folgt ihr eigentlich irgendwelchen Politikern?“ (Interviewerin: 10)*

*„Ja, ihren Papa folge ich. (A4: 10)*

*„Ich folge auch meinem Papa.“ (A5: 10)*

*„Ich bin dem Strolz mal gefolgt für kurze Zeit, aber jetzt ist der Strolz leider ... nimmer da. Der hat immer so witzige Posts gehabt.“ (A5: 10)*

Andere wiederum folgen auf Social Media keinen Parteien oder kritisieren es sogar, wenn auf sozialen Netzwerken politische Meinungen geteilt werden:

*„Ich folge auch keinen Parteien (...). Weil ich sag, das geht keinen was an. Ich meine, ich vertrete zwar schon meine Meinung und so und wenn mich wer drauf anspricht, dann können wir sicher gern drüber reden und ich hab auch überhaupt kein Problem damit, aber ich würds jetzt auch nicht so in die Welt hinausschreien und sagen, he ok, das ist meine Meinung. (B3: 38)*

*„Ja, nein auf Social Media glaub ich auch nicht. Weil, sofern du nicht in einer Partei wirklich tätig bist ist es glaub ich bis zu einem gewissen Grad auch fehl am Platz. Wenn du so quasi deinen Followern so quasi mitteilst was du für eine Meinung zur Politik hast, ja ich weiß nicht.“ (B2: 38)*

*„Ich verstehe oft den Sinn nicht so ganz, wenn Leute, die nicht mit der Politik ... also du kannst ja bei den Wahlen eh deine politische Meinung ... Und wenn dich das interessiert dann kannst du eh bei Gruppen teilnehmen oder irgendwie so.“ (A5: 20)*

### Resümee „Politische Meinung“

Das Teilen oder Preisgeben politischer Meinungen polarisierte in den Gesprächen mit den Jugendlichen. Viele haben zwar kein Problem damit, diese mit anderen zu besprechen bzw. machen sie kein großes Geheimnis daraus, wenn sie persönlich gefragt werden. Doch wenn es darum geht, klare politische Standpunkte über soziale Medien zu teilen, reagierte der Großteil doch sehr verhalten. Es wirkte so, als wäre es ein absolutes „no-go“ bspw. zu posten, hinter welcher Partei bzw. Politikerin oder Politiker man steht. Doch ganz so streng gehen nicht alle damit um. Manche folgen auch Politikerinnen und Politikern auf Facebook oder Instagram. Hier besteht dann natürlich auch die Möglichkeit, dass eine bestimmte politische Einstellung zumindest vermutet werden kann.

## 5.2.4 „Medien und Politik in der Schule“

Die Schule gehört zu einer der zentralen Sozialisationsinstanzen im Leben der Jugendlichen. In der Kategorie „Medien und Politik in der Schule“ wurden alle Aussagen und Erfahrungen dazu kodiert. Die Subkategorie „Politische Bildung“ wurde deduktiv gebildet. Da sich während den Gesprächen herausgestellt hat, dass alle Teilnehmenden in der Schule bei einer Podiumsdiskussion dabei waren, wurde deduktiv die Subkategorie „Podiumsdiskussion“ erstellt.

Die grundlegenden Informationen, die die Jugendlichen in der Schule über Politik lernen, helfen ihnen auch, politische Debatten in den Medien zu verfolgen:

*„Also wir haben ja auch das Fach Recht. Und da haben wir auch viel gelernt und das hast du jetzt auch so mitverfolgen können. Also bei gewissen Begriffen hast du dich dann schon ausgekannt, was die so meinen. (F3: 87)“*

### Subkategorie „Politische Bildung“

Bei der Frage nach politischer Bildung wurde in den Gesprächen von vielen unterschiedlichen Schulfächern gesprochen. Vom Geschichtsunterricht über das Fach Recht bis hin zum Deutschunterricht ist Politik ein Thema in der Schule. Im Deutschunterricht lernen die Schülerinnen und Schüler über Nachrichtenmedien, z.B. kennen sie daher die Unterschiede zwischen Boulevard- und Qualitätsjournalismus. Manche der Teilnehmerinnen und Teilnehmer haben sich im Schulunterricht auch politische TV-Diskussionen angesehen.

*„Ok, also wir haben in der Schule sehr viel darüber gesprochen. Über die einzelnen Parteien. Und ich hab mich hauptsächlich über das und über Freunde informiert. (...)“ (C1: 43)*

*„Wir haben halt über die Schule, eben über Deutsch, mitbekommen, welche Medien vertrauenswürdig sind.“ (A2: 17)*

*„Bei uns ist halt so in Deutsch, mit unserer Lehrerin, wir reden so viel über Politik was grad passiert. Und oft sind es stundenlang, wo wir keinen Stoff machen, sondern wirklich übers Leben philosophieren und über österreichische Politik.“ (B1: 29)*

Politische Bildung in der Schule geht oftmals Hand in Hand mit den jeweiligen Lehrerinnen oder Lehrern. Im Allgemeinen waren die befragten Schülerinnen und Schüler mit den Lehrenden zufrieden und lobten sie sogar.

*„Und unsere Lehrerin, die kriegt das einfach ... also die bringt das einfach so rüber, dass es einfach interessant ist, und dann hörst du einfach voll gerne zu und (...) Ich glaube, wenn wir sie nicht als Lehrerin hätten, ich wüsste nicht ... weiß nicht, ich wüsste die Hälfte oder nicht einmal die Hälfte was ich jetzt weiß. (...) Ja, also ich finde, dass so ein Fach in jede Schule gehört.“ (E2: 81)*

*„Ja, bei uns ist es halt gut, weil wir eben super Lehrer haben.“ (A2: 6)*

*„Also ich vertraue unserem Geschichtslehrer eigentlich. Also in politischer Bildung, das ist eigentlich. Wir haben dieses Fach als Freifach und das finde ich schon auch richtig gut. Und ich bin richtig froh, dass ich das genommen habe.“ (A1: 17)*

Spannend war, dass zwei Gruppen angesprochen haben, dass eine Lehrperson klare Stellung gegen eine bestimmte Partei ergriffen hat – dazu hatten die Befragten unterschiedliche Meinungen:

*„Sie hat sich letztens eh mal entschuldigt, weil sie gegen die FPÖ geredet hat.“ (E3: 81)*

*„Und das darf sie ja eigentlich nicht. (E2: 81)*

*„Sie ist aber voll neutral. (E4: 81)*

*„Aber sie hat jetzt nicht gesagt, wählt die Partei und so ... sondern sie ist eigentlich neutral. Eben nur waren jetzt halt die Vorkommnisse in der FPÖ. (E2: 81)*

*„Sie hat auch gesagt, wenn es eine andere Partei gewesen wäre, hätte sie genauso über die ausgehaut. (E4: 81)*

*„Ja, wir reden in der Schule eigentlich nur über Recht drüber. Und ich finde, dass unsere Recht Lehrerin auch ziemlich genaue Meinung hat, die man auch mitbekommt. Und ich finde es eigentlich voll uncool, aber ja.“ (F5: 89)*

*„Ich finde, mich stört das nicht so, das Lehrer ihre Meinung auch mit einfließen lassen, das ist mir egal. Ich kann ja ihre Sachen trotzdem, wenn ich selbst ... keine Ahnung eine Meinung habe, dann kann ich ja trotzdem bei meiner Meinung bleiben. Und ihre Infos trotzdem rausnehmen, was mir die geben. Auch wenn die jetzt dafür sind oder dagegen. Das ist ja mir wurscht im Endeffekt.“ (F2: 95)*

Zudem ist es einigen Teilnehmenden aufgefallen, dass sie erst ab der höheren Schulstufe (Oberstufe Gymnasium bzw. Handelsakademie) mehr über Politik gelernt haben. Es wurde diskutiert, ob es Sinn machen würde, schon früher Politische Bildung in die Lehrpläne zu implementieren.

*„Es ist auch irgendwie interessant, wenn man jetzt, wie wir in eine höhere Schule geht. Wir haben ja das Fach Politische Bildung und Recht. Und wir werden da halt viel aufgeklärt auch von unseren Lehrern, wie wir das auch sehen müssen, dass man immer kritisch sein sollte. Es ist halt in meiner Hauptschule wirklich überhaupt nicht so gewesen, einfach politisch war nichts. Obwohl eigentlich schon ein bisschen am Lehrplan gestanden ist, wir hätten zumindest mal wissen sollen, welche Parteien gibts. Das war das Höchstmaß an politischer Bildung, die wir bekommen haben. Ich weiß jetzt nicht, wie es im Poly (Anm. Polytechnische Schule) ist. Aber ich hab auch gehört, dass dort auch keinen politischen Unterricht gibt. Ich finde das irgendwie schon schade. Weil dann die Leute, (...) keine Ahnung, dann fehlt ihnen eigentlich was ganz Wichtiges. Weil sie kennen sich dann politisch eigentlich gar nicht aus. Und wenn sie dann wählen gehen, wissen sie dann oft auch nicht, was sie wählen.“ (D2: 64)*

*„Mhm, und wenn man keine höhere Schule besucht, sondern vielleicht eine Lehre macht oder so?“ (Interviewerin: 88)*

*„Da sollte man das trotzdem einbringen, ist ja wichtig. (F3: 88)*

### Subkategorie „Podiumsdiskussion“

Die Schülerinnen und Schüler hatten die Möglichkeit bei einer Podiumsdiskussion mit Vertreterinnen und Vertretern unterschiedlicher Parteien teilzunehmen. Diese wurden von der Schule vor der EU-Wahl 2019 organisiert. Die Jugendlichen haben sie im Großen und Ganzen sehr positiv aufgenommen.

*„In der Schule haben wir auch so Podiumsdiskussionen gehabt.“ (A2: 8)*

*„Voll, genau. Das hab ich voll cool gefunden.“ (A5: 8)*

*„Ich find das auch voll gut.“ (A3: 8)*

*„Da merkt man dann auch immer gut, welche Partei eigentlich nur Luft produziert. (A5: 8)*

*„Wir haben in der Schule eine Podiumsdiskussion gehabt. Schon das zweite Mal. (...)*

*Ja, da kriegt man einiges mit. (...)" (E2: 69)*

Viele der befragten Jugendlichen haben diese Diskussion auch als Möglichkeit genutzt, sich für die bevorstehenden EU-Wahlen zu informieren.

*„Ja also, wir haben in der Schule so eine Podiumsdiskussion gehabt, wo da von jeder Partei wer da war. Und das war für mich eigentlich schon so ein ausschlaggebender Punkt eigentlich. Weil da hab ich ziemlich viel erfahren auch. (...)" (C1: 45)*

*„Oder auch, wir haben in der Schule immer so eine Diskussion gehabt, wo so Politiker gekommen sind. Und dann weiß man eh schon ein wenig, für was welche Partei steht. Und welche Partei man gar nicht wählen will oder welche man eher wählen will.“ (G1: 99)*

*„Ja, ich habe auch durch die Diskussionen in der Schule und auch im Unterricht ein bisschen, übers Reden und so und im Internet hab ich recherchiert. Da hab ich mir dann meine Meinung gebildet.“ (G3: 99)*

Die Jugendlichen haben im Allgemeinen sehr positiv über die Podiumsdiskussionen berichtet. Dass die (Lokal-)Politikerinnen und Politiker oft unsachlich debattiert haben, wurde aber kritisiert:

*„Es war interessant, dass sich drei bestimmte, zwei bestimmte Leute immer so gegenseitig aufgetigelt haben. Weil einer den anderen die ganze Zeit unterbrochen hat. Und dann eine andere Partei wieder dreingeredet. Und irgendwer hat dann wieder zum Schlichten probiert.“ (D2: 60)*

*„Also bei der Podiumsdiskussion ist immer voll die Streiterei zwischen den Parteien. Man sitzt halt dort und man weiß schon jetzt gehts gleich los.“ (C1: 52)*

*„Jetzt eskaliert es gleich.“ (C4: 52)*

*„Und es war die zweite die wir gehabt haben. Letztes Jahr hatten wir auch eine. Und es ist immer so, dass eine Partei immer komplett auszuckt. Immer die gleiche. Da wartet schon jeder drauf, dass die was sagt.“ (C3: 52)*

*„Ich finde, dieses Jahr war es ziemlich unprofessionell, aber voriges Jahr, oder vor-voriges Jahr, damals war es viel besser. Und dieses Jahr halt nicht so. Aber grundsätzlich ist es eine gute Idee, eine Podiumsdiskussion zu machen.“ (F4: 90)*

Die heftigen Diskussionen bzw. „Streitereien“ zwischen den Vertreterinnen und Vertretern der Parteien scheinen die Jugendlichen aber dennoch zu interessieren. Passiert etwas Spannendes auf der Bühne, bleibt es wohl auch besser im Gedächtnis – es wird zum Gesprächsthema der Jugendlichen.

*„Ich finde, im Endeffekt ist es da eigentlich null um die Europawahl gegangen. (...)" (F2: 80)*

*„Machtkampf zwischen den Parteien.“ (F3: 90)*

*„Hat euch das irgendwie informiert oder so? (Interviewerin: 90)*

*„Nein, ich finde das einzige, das war ist, dass du mehr Sympathiepunkte für eine Partei*

*gewonnen hast und welche verloren hast bei einer anderen. Recht viel mehr Wissen hast du nicht bekommen.“ (F2: 90)*

*„(...) Aber sie haben sich im Endeffekt alle nur gegenseitig niedergemacht. Und da hat man dann nicht so viel einem Gespräch entnehmen können.“ (F5: 90)*

### Resümee „Medien und Politik in der Schule“

Durch die Gespräche mit den Jugendlichen wird ersichtlich, dass sie sehr klare Meinungen zum Thema Politik in der Schule haben. Politische Bildung und Angebote wie Podiumsdiskussionen vor Wahlen werden von den Heranwachsenden sehr positiv aufgenommen. Spannend ist, dass sie diese nicht kritiklos übernehmen. Sei es durch Lehrerinnen oder Lehrer, die politische Stellung beziehen oder politische Vertreterinnen und Vertreter, die keine professionelle Podiumsdiskussion führen können. Die Jugendlichen wissen sehr genau was sie wollen und was nicht. Daraus könnte geschlossen werden, dass sie ein hohes politisches Interesse aufweisen. Aus den Gesprächen kann jedoch nicht eindeutig geschlossen werden, in welchem Maße die Schule nun wirklich zur politischen Meinungsbildung der Jugendlichen beiträgt. Doch dadurch, dass die Jugendlichen hier wichtige Grundlagen lernen, fällt es leichter, Nachrichtenmedien zu konsumieren. Zu verstehen, was z.B. Tageszeitungen über aktuelle politische Geschehnisse berichten, ist eine wichtige Grundvoraussetzung, um sich in politisch zu informieren.

### **5.2.5 „Thema Politik“**

Obwohl die Gespräche mit einem Leitfaden geführt wurden, hatten die Jugendlichen mehrere Gelegenheiten, auch Themen anzusprechen, die sie selbst interessieren. In dieser Kategorie wurden allgemeine Aussagen der Befragten zum Thema Politik gesammelt.

Dieser Mix an unterschiedlichen Statements und Meinungen der Jugendlichen verdeutlicht, dass sie ein großes Interesse an politischen Themen haben. Die Tatsache, dass sie bestimmte Praktiken von Politikerinnen und Politikern kritisieren, zeigt schon, dass sie sich damit auseinandersetzen. Besonders spannend wird es für die Jugendlichen, wenn sie politische Skandale mitverfolgen können.

*„Ja, also was mich immer, immer wieder auftaucht, bei den einzelnen Parteien, vor allem bei der Wahl jetzt - die gehen alle so gegeneinander, anstatt, dass sie einfach sachliche Argumente bringen. Es ist wirklich schwer, dass man weiß, für was die Partei steht. Sondern es heißt immer nur, wählts nicht die, wählts nicht die, wählts nicht die, wählts uns ... Aber wieso soll ich die wählen, das kommt nie so ganz rüber, finde ich.“ (C1: 46)*

*„Ja und da passt man mal bei den ersten Skandalen auf, wenn was passiert ist oder so und dann hört man bei den anderen Sachen halt auch zu.“ (A5: 11)*

Die Chance durch Wahlen Teilhabe an politischen Prozessen und tatsächliches Mitspracherecht zu haben, scheint sehr wichtig zu sein:

*„(...) ich finds zum Beispiel voll cool, dass wir einfach schon die Möglichkeit haben zu wählen. Das wir schon das Mitspracherecht haben. Und vor allem, wenn es so Skandale, wie der Ibiza-Skandal zum Beispiel war, man sieht einfach wie viele Jugendliche, das im Endeffekt schon auch interessiert und wie die Jugend da auch gleich mitsprechen will. Ich mein, ganz was Einfaches. Aber man sieht auch schon, wie viele Memes es einfach dazu gibt. Und wie viele Leute sich mit dem beschäftigen und das finde ich ist schon ein enormes Ausmaß finde ich. Und drum auch super cool, dass die Jugend das Mitspracherecht hat, aber wie gesagt, es kann auch eher in die negative Richtung gehen, wenn einfach zu wenig Information ausgeteilt wird, verbreitet wird, was auch immer.“ (B3: 26)*

### Subkategorie „Wählen mit 16“

Die Jugendlichen wurden befragt, ob sie wissen (bzw. wie sie es finden), dass Österreich das einzige Land der EU ist, wo schon ab dem 16. Lebensjahr gewählt werden darf. Manche der befragten Jugendlichen wussten es, da sie davon in der Schule gehört haben. Anderen war es neu, dass sie in der EU die einzigen sind, die unter 18 wählen dürfen.

Das niedrige Wahlalter wurde von den meisten Befragten aber als positiv befunden. Manche waren sich unsicher, ob 16-Jährige vielleicht doch noch zu jung sind, um zu wählen. Generell wurden diese Bedenken aber durch die Gespräche untereinander aufgehoben.

*„Vielleicht informieren sich junge Leute gerade eh mehr über Politik als alte Leute. Die wählen wahrscheinlich eh immer das Gleiche oder vielleicht ...“ (D4: 56)*

*„Also ich finde es ein bisschen bedenklich, dass zum Beispiel Sachen, wie Alkohol oder Zigaretten erst ab 18 gemacht worden sind, aber man darf trotzdem mit 16 seine eigene Regierung wählen. Das widerspricht sich ein bisschen.“ (F2: 84)*

In diesem Zusammenhang wurde auch oft angesprochen, dass es wichtig ist, als Wählerin oder Wähler informiert bzw. politisch interessiert zu sein.

*„Für mich persönlich finde ich es gut, weil ich mich gerne halt dazu informiere. Und mich interessiert es halt.“ (B1: 25)*

*„Ich finde, für dass, das man in Österreich ab 16 wählen darf, lernt man in der Schule sehr wenig darüber. Also man wird sehr wenig darüber aufgeklärt.“ (A2: 6)*

*„Also ich finds grundsätzlich auch gut. Aber es gibt dennoch halt auch viele - ich mein, es ist nicht nur bei den 16-Jährigen, auch 18-Jährigen, die politisch halt nicht wirklich interessiert sind und sich nicht wirklich auskennen. Aber bei uns es halt so, dass man durch den Recht-Unterricht ziemlich am neusten Stand sind. Und deswegen ist es eigentlich schon gut.“ (C3: 42)*

*„Ich glaube, das kann man halt so schlecht verallgemeinern, weil es gibt halt Jugendliche, die mit 16 halt extrem ausgereift sind, denen würde man es zutrauen mit 16 zu wählen. Aber es gibt 16-Jährige, die haben halt ganz andere Gedanken im Kopf. Bei denen denkt man sich ja, die Stimmen sollten lieber nicht gezählt werden.“ (D4: 55)*

*„Ja, ich glaube, dass zwischen 16 und 18 schon noch in der Einstellung ein bisschen was passiert, dass man mit 16 einfach ganz anders denkt und anders wählt und sich eben mehr beeinflussen lässt von den Eltern oder Freunden. Und dass man mit 18 schon eher seine eigene Linie fährt.“ (E3: 69)*

### Subkategorie „Politisches Interesse“

Bei den Gesprächen mit den Jugendlichen sind hin und wieder auch allgemeine politische Themen besprochen worden, die nicht direkt über den Gruppendiskussions-Leitfaden angesprochen wurden. Diese wurden hier unter der Subkategorie „Politisches Interesse“ kodiert. Spannend war z.B., dass eine Gruppe bereits von der nächsten anstehenden Nationalratswahl im Herbst 2019 gesprochen hat:

*„Ich bin sowieso schon wieder gespannt, wie es im September wird. Weil die ÖVP wird gewinnen, also es wird wahrscheinlich so sein, glaube ich.“ (E4: 83)*

*„Haushoch ...“ (E1: 83)*

*„Und welche Partei dann noch dazu kommt, kann ich mir echt nicht vorstellen.“ (E4: 83)*

*„Aber es wäre ehrlich gesagt eh am gescheiteren, oder nicht?“ (E1: 83)*

Wahlen wurden auch als Grund genannt, sich zum ersten Mal mit Politik auseinanderzusetzen:

*„Ja das erste Mal wo ich mich wirklich politisch informiert habe war wirklich wie ich dann wirklich in Nationalratswahlen das erste Mal wählen gegangen bin. Weil ich mir einfach gedacht habe, ja es ist schön, dass wir wählen dürfen, dass wir die Möglichkeit dazu haben. Das nutze ich auch. Habe ich mich dann schon informieren müssen, was genau wähle ich da. Weil ich nicht einfach irgendwas ankreuzen wollte. Weil das halt auch nicht gut ist.“ (D2: 56)*

### Resümee „Thema Politik“

In den Gesprächen wurden von den Jugendlichen viele spannende Aspekte angesprochen, die darauf hindeuten, dass ein großes Interesse an Politik besteht. Sie bemerken sofort, wenn Politikerinnen und Politiker nicht sachlich diskutieren. Sie schätzen die Chance, durch Wahlen politisches Mitspracherecht zu haben und erkennen, wie wichtig es ist, sich zu informieren. Wählen wird von ihnen nicht auf die leichte Schulter genommen. Während den Gesprächen konnte ebenso beobachtet werden, dass die Jugendlichen keine Schwierigkeiten hatten, über Politik oder aktuelle politische Geschehnisse zu sprechen. Immer wieder sind sie bei den unterschiedlichsten Themen auf neue Aspekte gestoßen, die sie in der Gruppe miteinander besprochen haben.

#### **5.2.6 „EU-Wahl 2019“**

Die EU-Wahl 2019 war auch in den Gruppendiskussionen ein wichtiges Gesprächsthema. Grund dafür war nicht nur, dass diese genau im selben Zeitraum (Ende Mai 2019) stattgefunden hat. Die Wahl diente als konkretes Beispiel, um das Abstraktionsniveau der ganzen Diskussion reduzieren. Dadurch konnte während den Gesprächen immer wieder auf etwas Handfestes Bezug genommen werden. Das war besonders dann hilfreich, als es darum ging, mehr über das Informationsverhalten der Jugendlichen vor Wahlen herauszufinden.

An dieser Stelle ist es wichtig anzumerken, dass manche Gruppendiskussionen vor der Wahl, und andere nachher stattgefunden haben.

Da die Schulen der Jugendlichen im Vorfeld der EU-Wahl Podiumsdiskussionen organisiert hatten, wurde dieses Thema auch oft im Zusammenhang mit diesen erwähnt (siehe *Subkategorie „Podiumsdiskussion“*).

#### Subkategorie „Informationsverhalten“

Durch die EU-Wahl als zentralen Anhaltspunkt, fiel es den Schülerinnen und Schülern leichter, über ihre Erfahrungen zu berichten. Die meisten der Befragten haben sich im Vorfeld der Wahlen darüber informiert. Viele hatten bereits eine konkrete Idee, für welche Partei bzw. welche Politikerin oder welchen Politiker sie ihre Stimme abgeben möchten. Dennoch haben sich die Jugendlichen über viele verschiedene Wege informiert. Vor der EU-Wahl haben viele der Befragten auf klassische Nachrichtenmedien wie das Fernsehen zurückgegriffen. Besonders die TV-Duelle bzw. TV-Diskussionen wurden genannt. Auch in der Schule war die Wahl ein Gesprächsthema.

*„Also ich hab mich eigentlich in erster Linie übers Fernsehen informiert. Weil halt mit den ganzen Elefantenrunden. (...) Also das wäre eigentlich meine hauptsächliche Informationsquelle.“ (A1: 7)*

*„Also ja, ich finde es war sehr prominent im Fernsehen. Es hat eh fast jeden Abend was zur Europawahl gegeben. Ich hab mir so ziemlich alles glaube ich angeschaut.“ (C2: 45)*

*„Ja, ich hab mir eben auch diese Fernseh-TV-Duelle angeschaut. Und eben auch in der Schule haben wir einiges dazu gemacht und geredet.“ (C5: 45)*

*„Ja auch so, wie bereits gesagt, in der Klasse ist das ein viel diskutiertes Thema, wenn Wahlen oder so anstehen. Und auch übers Internet, über die Wahldiskussionen im Fernsehen, ja. Das sind die Hauptmedien wo ich mich informiert habe.“ (D3: 57)*

*„Also ich habe mich auch im Internet, also ich hab mir das Parteiprogramm oder diverse Diskussionen zum Beispiel wenn zwei gegeneinander antreten, was halt so, für was derjenige steht. Und auch, ob sie's in der Vergangenheit schon umgesetzt haben und je nachdem halt.“ (D4: 57)*

*„Ja, ich habe halt den Wahlkampf immer verfolgt. Und keine Ahnung, da hab ich mich dann einfach durch die ganzen, was halt in der ZIB und so immer gibt, die ganzen Gespräche mit dem Armin Wolf oder so, habe ich mich eigentlich relativ gut ausgekannt, was ich nicht wählen soll oder will. Und was am besten zu mir passt und zu meiner Einstellung. Und so hab ich mich dann auch entschieden.“ (F1: 85)*

*„Ja, auch die Interviews von den Spitzenkandidaten sieht man immer und überall. Und ich habe auch gegoogelt für was die einzelnen Parteien sind und ja.“ (F5: 85)*

Neben den traditionellen Medien wie Fernsehen oder Zeitungen, haben sich die Befragten zum Teil über das Angebot der Plattform [wahlkabine.at](http://wahlkabine.at)<sup>7</sup> informiert.

---

<sup>7</sup> „wahlkabine.at ist eine Online-Politikorientierungshilfe. Interessierte User und Userinnen können hier auf spielerische Weise herausfinden, wie ihre persönlichen Meinungen mit den Standpunkten der Parteien übereinstimmen. Sie beantworten per Mausclick eine Liste von rund 25 Fragen zu aktuellen Themen und erhalten schließlich eine detaillierte Übersicht, wie diese Fragen von den Parteien beantwortet wurden. wahlkabine.at steht als Service in der Zeit vor Wahlen zum Landtag, Nationalrat und zum Europäischen Parlament zur Verfügung. Alle Fragenkataloge und Redaktionsteams finden Sie auch in der Zeit nach der Wahl auf unserer

*„Also ich fange eigentlich meistens mit der Wahlkabine an. (...) Ja und halt, wenn ich mich wirklich über das, was jetzt bei der Europa-Wahl wichtig ist, das steht oft auch in der Presse oder im Standard.“ (B1: 29)*

*„Also ich fange auch meistens bei der Wahlkabine an, weil man weiß zwar was man nicht wählt. Aber für die, die dann überbleiben wärs vielleicht doch nicht schlecht, dass man quasi weiß, welche Partei einem da am ehesten vertritt.“ (B2: 30)*

*„(...) also vor Wahlen mache ich immer so einen Test auf wahlkabine.at, dann weiß ich auch gleich, welche Themen wichtig sind und auf was man schauen soll. Und wenn ich mir nicht 100 prozentig sicher bin, weil ... es hat eh jeder so eine Partei, die so circa zu einem passt. Und wenn ich mir nicht sicher bin, dann schau ich auch noch auf die Webseiten der Parteien nach, was die wirklich vorhaben.“ (F4: 58)*

Ein interessantes Finding war, dass sich eine der Befragten nur über jene Parteien näher informiert hat, die für sie auch tatsächlich in Frage gekommen sind:

*„Und ja, so manche Sachen, zu denen tendiere ich jetzt mehr und zu manchen weniger. Zu den Sachen wo ich halt mehr hintendriere, die hab ich mir halt angesehen. Und das hat sich dann eigentlich recht gut ergeben so.“ (A1: 8)*

#### Subkategorie „Moment der Wahlentscheidung“

Wie kommen die Jugendlichen von ihrer politischen Meinung auf die konkrete Entscheidung, eine bestimmte Partei zu wählen? Ist es ein bestimmter Zeitungsartikel, eine TV-Diskussion oder ein Facebook-Post? Aussagen darüber, wie und wann sich die Teilnehmerinnen dafür entschieden haben, ihre Partei zu wählen, wurden in dieser Kategorie kodiert.

Spannend war, dass viele kurz vor der Wahl oder sogar erst in der Wahlkabine selbst entschieden haben, was bzw. wen sie wählen möchten:

*„Es war irgendwie so, ich habe jetzt immer noch seit der Nationalratswahl wo ich gewählt habe immer dieselbe Partei im Kopf gehabt und das hat sich auch nicht geändert.“ (D1: 58)*

*„Also bei mir war es so: Ich habe zwei Parteien gehabt und ich hab mich dann spontan entschieden, welche von den zwei (...) Deswegen war es für mich relativ egal für mich. Deshalb hab ich mich dann spontan für eine entschieden von denen.“ (C1: 44)*

*„Ja bei mir war es diesmal auch so. Ich hab mich in der Wahlkabine entschieden, wen ich wähle.“ (C2: 44)*

*„Ja ich war auch so zwischen zwei Parteien. Aber irgendwann so in der Woche vor der Wahl hab ich mich dann so entschieden.“ (C5: 44)*

Mit dem Angebot an Parteien bzw. Politikerinnen und Politikern waren einige der Jugendlichen nicht ganz zufrieden. Sie wussten oft ganz genau, wen sich nicht wählen wollen. Umgekehrt schien es aber schwieriger zu sein, eine Partei zu finden, hinter der sie zu 100 Prozent stehen können.

---

Webseite. wahlkabine.at ist ein Projekt des Institut für Neue Kulturtechnologien in Kooperation mit Österreichische Gesellschaft für Politikwissenschaft, der Gesellschaft für politische Aufklärung sowie dem Institut für Politikwissenschaft an der Universität Innsbruck.“ (wahlkabine.at, 2019: o.S.)

*„Ja, bei mir war es schon so, wo ich die FPÖ-Werbung gesehen habe, dass ich mir sicher war, dass ich die Partei definitiv nicht wähle. Und ja, so richtig gefallen tut mir keine Partei, aber.“ (G4: 101)*

*„Es gibt keine Partei, die mir 100 Prozent zuspricht, weil jede Partei irgendwie was hat.“ (G1: 101)*

*„(...) Was meine Einstellung angeht, hab ich die nie wirklich geändert. (...) Also es ist in der vergangenen Zeit ist es einfach immer klarer geworden, was ich wählen soll. Ja, was ich wählen will, was am besten zu mir passt eigentlich. Aber es ist jetzt nicht spontan gewesen eigentlich.“ (F1: 86)*

Die Wahlentscheidung scheint aber leichter zu fallen, wenn jemand aus dem Familien- oder Bekanntenkreis zur Wahl steht:

*„Ja, auch Wahlprogramme angeschaut und das alles. Und auch mit der Familie geredet und so. Kommt halt darauf an, bei welcher Wahl. Wenn der eigene drinnen steht ... wählst ihn normalerweise schon.“ (A5: 8)*

### Subkategorie „Wahlwerbung“

Ein weiteres Thema, das bei den Gesprächen rund um die EU-Wahl aufgetaucht ist, war die Wahlwerbung der einzelnen Parteien. Hierzu hatten die befragten Teilnehmerinnen und Teilnehmer klare Meinungen. Besonders online – in diversen sozialen Netzwerken – ist den Jugendlichen die Wahlwerbung aufgefallen. Die Videoplattform YouTube und die FPÖ wurden sehr häufig gemeinsam von den Befragten erwähnt.

*„Ja, also wenn man zum Beispiel so die Stories durchschaut (...) und auf einmal sind da voll viele Werbungen. Ich hab das voll komisch gefunden, die waren auf einmal so drinnen. Auch so vor YouTube Videos. Überall waren auf einmal die Werbungen. Vor allem die FPÖ ist mir am meisten aufgefallen. (...)“ (C1: 50)*

*„Und, wenn ihr jetzt die Werbung auf Snapchat oder YouTube seht, wie denkt ihr da darüber?“ (Interviewerin: 51)*

*„Ich habs sofort weggetan. Es hat mich nicht interessiert, ehrlich gesagt.“ (C1: 51)  
Ja, gar nicht.“ (C4: 51)*

*„Generell überall Wahlwerbung. Also nicht nur von Accounts. Sondern auch jetzt wird auch so mitten zwischen den Posts gezeigt. Und das auch ganz oft.“ (B1: 24)*

*„Ja und bei YouTube, bei jedem Video was man anklickt.“ (B3: 24)*

Die Wahlwerbungen auf den diversen Social-Media-Plattformen scheinen bei den jungen Wählerinnen und Wählern nicht besonders gut anzukommen:

*„Ich weiß nicht, aber ich würde nie so Wahlwerbung, die ich auf Sozialen Medien bekomme, ernst nehmen.“ (A1: 9)*

*„Nein, das hat relativ wenig Einfluss, hätte ich gesagt.“ (A2: 9)*

*„Ja ich finde auch, dass die Parteien auf YouTube mit der Werbung immer übertreiben. Zum Beispiel die FPÖ-Werbung, das finde ich, dass das irgendwie ungerecht ist.“ (G4: 100)*

*„Aber die FPÖ ist zum Beispiel die einzige Partei, die auf YouTube Werbung macht. (...) Du hast nuur FPÖ-Werbung. Ich hab keine einzige andere Partei ... was ist mit den anderen Parteien? (...)“ (F2: 96)*

### Resümee „EU-Wahl 2019“

Die EU-Wahl 2019 wurde von den Jugendlichen sowohl online als auch offline sehr stark wahrgenommen. Interessant ist, dass sich viele der Befragten im Fernsehen über die bevorstehende Wahl informiert hatten. Dabei waren TV-Duelle oder Diskussionen ein beliebtes Format. Spannend ist auch, dass ihnen die Wahlwerbungen vor allem online aufgefallen sind. Diese kommen ihnen beim Nutzen von Social Media eher beiläufig unter – z.B. vor einem YouTube-Video oder zwischen Instagram-Stories. Trotzdem haben sie dazu sehr klare Meinungen und Kritik geäußert. Durch die Aussagen und Erfahrungen der Befragten wird deutlich, dass die Politik in den Social-Media-Bubbles der Jugendlichen angekommen ist.

*„Aber schon langsam springen eh schon die ganzen Parteien auf den Zug mit die Social Media. Weil sie werden halt einsehen, dass die Jugend viel zu sagen hat bei uns.“ (D5: 60)*

### **5.2.7 „Ibiza-Skandal“**

Kurz vor der EU-Wahl ereignete sich der „Ibiza-Skandal“. Dieser wurde zu einem unerwarteten Gesprächsthema, das sich durch alle Diskussionsrunden durchgezogen hat. Dieser Skandal hat neben der österreichischen Innenpolitik auch die Medienwelt auf den Kopf gestellt. Das haben auch die Jugendlichen mitbekommen. Die „Ibiza-Affäre“ wurde in der Schule, mit Freunden und sogar in Familien – wo Politik kein großes Thema ist – besprochen.

*„Und so politische Geschehen, wie der Ibiza-Skandal zum Beispiel, da haben wir auch ausführlich drüber geredet in Recht.“ (E3: 69)*

*„Grade jetzt mit dem Video. Das war bei uns in der Klassengruppe zum Beispiel jetzt ... Jede Stunde, wenn was Neues gekommen ist, hat jemand einen Screenshot hineingeschickt oder so.“ (A2: 16)*

*„Ja, wir reden zu Hause eigentlich nicht so über Politik, weil wir auch alle wen anderen wählen. Außer es ist eben so ein Skandal, wie das mit dem Ibiza-Video. Dann kommt das natürlich irgendwann schon so als Gesprächsthema. Aber so eigentlich nicht.“ (F5: 89)*

Obwohl viele über soziale Medien vom Ibiza-Skandal erfahren haben, spielten auch die traditionellen Medien eine wichtige Rolle. Durch dieses „große Ereignis“ wurden Medien wie Zeitungen, Fernsehen oder Radio zu einer noch interessanteren Informationsquelle für die Jugendlichen. Manche greifen sogar erst bei solchen Themen auf die traditionellen Medien zurück.

*„Ja und auch zum Beispiel letztens, (...) haben die Oma und ich auch drüber geredet und sie hat halt den Radio laufen gehabt und dann haben wir uns auch in Kurz sein Statement angehört und so. Also das war dann schon ... da bekommt man halt schon viel mit, wenn man sich halt richtig damit beschäftigt.“ (E1: 76)*

*„Also ich beschäftige mich nicht mit dem alltäglich politischen Geschehen, sondern halt nur wenn irgendein Event ist, eine Wahl oder halt irgendwie jetzt das Misstrauensvotum oder halt das Ibiza-Video. Dann schon. Aber das alltägliche*

*Geschehen, wann jetzt ein Gesetz gemacht wird oder so, das interessiert mich nicht.“ (D1: 56)*

*„Also wenn ich weiß, zu dem Ibiza-Ding (Anm. Ibiza-Affäre der FPÖ), da steht ja jetzt viel in den Medien. Also bei sowas vielleicht schon. Aber wenn ich sag, ich möchte mich grundsätzlich über irgendwas informieren, dann glaube ich, dauert mir das zu lange, dass ich mir die ganzen Zeitungen durchschaue, damit ich was finde.“ (B1: 23)*

*„Da schau ich erst dann drauf, wenn so ein Skandal ist. zum Beispiel Ibiza-Skandal, den hab ich mir schon angeschaut in der Zeitung.“ (E3: 69)*

Während des Skandals schien Social Media vor allem der Ort für (Internet) Memes<sup>8</sup> zu sein. Die Bilder wurden unter anderem auch z.B. via WhatsApp geteilt oder auf Instagram geliked.

*„Also ich habs eigentlich eh, also man hat es eigentlich sofort von den Medien erfahren. Eigentlich, das war überall. Auf Instagram, Twitter ... vor allem auf Twitter, da ist sofort der Ansturm gekommen am Handy. Also ich habs mir dann auch sofort angeschaut. Und es hat auch sehr viele Memes drüber gegeben.“ (C1: 49)*

*„Also ich habs eigentlich durch die ganzen Instagram-Stories mitbekommen. Weil die ganzen Memes eben repostet worden sind. Und durch das kriegt man das schon intensiv mit dann.“ (C3: 49)*

*„Ja, wenn dann einen Screenshot machen und dann bei Snapchat wem schicken oder in eine Gruppe rein. Wenn es halt wirklich lustig ist.“ (F3: 94)*

*„Ja, ich schau halt immer gerne so politische Memes.“ (A5: 22)*

### Resümee „Ibiza-Skandal“

Der Ibiza-Skandal hat aus österreichischer Sicht ohne Zweifel die EU-Wahl 2019 überschattet. In der Woche vor der Wahl war er ein sehr großes öffentliches Thema. Auch die jugendlichen Wählerinnen und Wähler sind nicht daran vorbeigekommen. Sie haben zum Teil über soziale Medien davon erfahren, aber auch traditionelle Medien lieferten Informationen. Dass der Ibiza-Skandal von jeder Gruppe angesprochen wurde, deutet stark darauf hin, dass die Jugendlichen sehr an solchen Ereignissen interessiert sind. Medien haben insofern eine Rolle gespielt, weil sie sich über diese informiert haben um in weiterer Folge mit Freunden, in der Schule oder zu Hause darüber zu sprechen.

---

<sup>8</sup> Der Begriff Internet Meme stützt sich auf keine feste Definition. In diesem Zusammenhang kann Meme als ein Text, ein Bild oder ein Video verstanden werden, dass auf einem realen oder fiktiven Ereignis basiert. Es breitet sich über das Internet aus und veranlasst Userinnen und User dieses zu liken bzw. zu teilen. (Castaño Díaz, 2013: 96)

## 6 Diskussion der Forschungsfragen

Als Ziel dieser empirischen Arbeit galt es, mehr darüber zu erfahren, wie Jugendliche ihre Meinungen zu politischen Themen bilden und auf welche Art von Medien sie dabei bevorzugt zurückgreifen. Die zentrale Forschungsfrage „Wie informieren sich Jugendliche im wahlfähigen Alter über politische Themen?“ wird in diesem Kapitel diskutiert und mit den vorliegenden Forschungsergebnissen beantwortet. Es werden Einblicke in die Denkweisen, Erfahrungen, Meinungen und Wünsche der jungen Wählerinnen- und Wähler-Generationen gegeben.

### Wie informieren sich Jugendliche im wahlfähigen Alter über politische Themen? (F1)

Werden ausschließlich die quantitativen Daten aus dem Fragebogen betrachtet, informieren sich 78,8 % der befragten Jugendlichen über soziale Medien, dicht gefolgt von 72,7 %, die auf traditionelle Medien zurückgreifen. Doch in den Gesprächen zeichnete sich ein etwas anderes Bild ab.

Zunächst nannten die Jugendlichen alle Sozialisationsinstanzen (Familie, Schule, Peer-Group und Medien) als Informationsquelle. Die Gewichtung war jedoch von Person zu Person unterschiedlich. Doch gerade vor der EU-Wahl 2019 schienen die traditionellen Medien, besonders die TV-Diskussionen bei den Jugendlichen sehr beliebt zu sein. Über soziale Medien informieren sie sich eher zweitrangig. Hier ist es so, dass manche Jugendliche bestimmten Parteien oder Politikerinnen und Politikern aus Interesse folgen<sup>9</sup>. Sie nutzen Social Media (speziell Instagram und Snapchat) aber nicht in erster Linie für politische Themen.

Trotzdem ist das Internet eine wichtige Anlaufstelle für die Jugendlichen. Eine der wohl relevantesten Seiten ist die Suchmaschine Google. Über diese finden sie Medienberichte, Parteiprogramme oder andere Informationsquellen. Sehr spannend ist auch, dass einige der Teilnehmerinnen und Teilnehmer gesagt haben, dass sie sich vor Wahlen auch die Wahlprogramme der Parteien ansehen<sup>10</sup>.

Die befragten Jugendlichen haben eine sehr breite Palette an Möglichkeiten, wo sie sich informieren können. Je nach Interesse oder Wissen wählen sie ihre Informationsquellen aus. Wissen sie weniger über Politik, fragen sie eher bei ihren Eltern nach. Je mehr sie über Politik wissen (oder zu wissen glauben), desto mehr greifen sie auf traditionelle Medien wie das Fernsehen oder Zeitungen zurück.

---

<sup>9</sup> Siehe z.B. Kategorie „Politische Meinung“

<sup>10</sup> Siehe z.B. Kategorie „EU-Wahl 2019“, Subkategorie „Informationsverhalten“ oder Kategorie „Mediale Informationsquellen“, Subkategorie „Internet allgemein“

Welche Bedeutung schreiben Jugendliche traditionellen Medien bei der politischen Meinungsbildung zu? (F1.1)

Traditionelle Medien – dazu wurden in dieser Arbeit Zeitungen, Fernsehen oder Radio gezählt – sind bei allen befragten Jugendlichen in einer bestimmten Art und Weise im Alltag präsent. Manche nutzen sie regelmäßig, für andere spielen sie überhaupt keine wichtige Rolle.

Die Gruppendiskussionen fanden zu einem (innen)politisch sehr spannenden Zeitraum statt. Nicht nur die EU-Wahl war ein relevantes Thema, auch über den Ibiza-Skandal wurde in so gut wie jedem österreichischen Medium berichtet. Gleichzeitig kamen die befragten Jugendlichen zum Zeitpunkt der Gespräche sehr intensiv mit vielen traditionellen Medien in Kontakt. Daraus könnte geschlossen werden, dass die Jugendlichen besonders beim Aufkommen solcher Skandale vermehrt traditionelle Medien konsumieren.

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer greifen – um sich vor Wahlen politisch zu informieren – eher auf das Medium Fernsehen zurück. Besonders beliebt schien das TV-Format der Wahl-Duelle bzw. der Elefantenrunden zu sein<sup>11</sup>. Das könnte unter anderem daran liegen, dass klassischen Medien (besonders der ORF) von manchen der Befragten ein größeres Vertrauen eingeräumt wurde. Die Teilnehmenden unterhielten sich in diesem Zusammenhang über die Unterschiede zwischen Boulevard- und Qualitätsjournalismus<sup>12</sup>. Auch Politische Bildung spielt in diesem Zusammenhang eine Rolle: Wissen die Jugendlichen, welche Bedeutung bestimmte (politische) Begriffe haben, dann fällt es ihnen leichter, sich darüber zu informieren. Daher kann nicht davon ausgegangen werden, dass sich junge Wählerinnen und Wähler TV-Diskussionen ansehen oder andere politische Inhalte konsumieren, ohne den Sinn des Besprochenen zu verstehen<sup>13</sup>.

Wie bereits andere Studien ergeben haben<sup>14</sup>, rezipieren Jugendliche klassische Print-Zeitungen eher passiv. Auch in den Gruppendiskussionen berichteten die Teilnehmenden, nur dann Print-Medien zu lesen, wenn diese zu Hause vorhanden sind oder ihnen eine spannende Schlagzeile ins Auge springt. Und das, obwohl sie Zeitungen generell mehr vertrauen als z.B. sozialen Medien. Doch es gab in den Gesprächen auch Ausnahmen: Einige der Jugendlichen zeigten ein größeres Interesse an (Tages-)Zeitungen.

Wollen sich die Jugendlichen aber aktiv über politische Themen informieren, greifen sie dennoch lieber auf traditionelle Medien zurück. Aber das meistens nicht in klassischer gedruckter Form, sondern online. Über das Internet bzw. Google suchen sie gezielt nach

---

<sup>11</sup> Siehe dazu z.B. Kategorie „EU-Wahl 2019“; „Subkategorie Informationsverhalten“

<sup>12</sup> Siehe z.B. Kategorie „Mediale Informationsquellen“, Subkategorie „Vertrauen“

<sup>13</sup> Siehe z.B. Kategorie „Medien und Politik in der Schule“

<sup>14</sup> Siehe z.B. Kategorie „Mediale Informationsquellen“, Subkategorie „Traditionelle Medien“ bzw. Wippersberg (2016) und Herzig Gainsford (2017)

bestimmten Informationen. Denn den Befragten scheint es wichtig zu sein, möglichst schnell und einfach und ohne lange Umwege, zu den benötigten Informationen zu gelangen<sup>15</sup>. Doch es muss angenommen werden, dass die Medienberichte, auf die die Jugendlichen über Suchmaschinen stoßen, eher zufällig gefunden werden. Denn die Suchergebnisse von Google basieren auf einem Algorithmus (Schweiger et al., 2019). Hier stellt sich die Frage, ob es zu einem einseitigen Informationsverhalten führt, wenn durch Algorithmen bestimmt wird, was angezeigt wird.

Durch die Vorkommnisse des Ibiza-Skandals wurde auch deutlich, dass die Jugendlichen besonders bei solchen aufgeheizten Themen gerne auf klassische Nachrichtenmedien zurückgreifen<sup>16</sup>. Dazu gehören Printzeitungen, das Fernsehen sowie das Radio. So berichtete z.B. auch derStandard.at darüber, dass der ORF durch den Skandal erhöhte Quoten erzielen konnte (derstandard.at, 2019c: o.S).

Traditionelle Medien sind für die Jugendlichen in erster Linie Informationsquellen, denen sie großes Vertrauen zuschreiben. Sie konsumieren diese zwar in einem unterschiedlichen Ausmaß, aber den Zugang zu diesen erhalten sie in ähnlicher Form, nämlich zu Hause über die Familie oder zum Teil auch über die Schule.

### Welche Bedeutung schreiben Jugendliche sozialen Medien bei der politischen Meinungsbildung zu? (F1.2)

Zu den besprochenen sozialen Medien gehörten WhatsApp, Instagram, Snapchat, YouTube, Facebook und Twitter. All diese unterschiedlichen Plattformen werden von den Jugendlichen für jeweils andere Zwecke genutzt. Besonders WhatsApp unterscheidet sich von den anderen Netzwerken, da sie hier eigentlich nur mit ihren Freunden oder der Familie kommunizieren. Aus diesem Grund werden hier in erster Linie Instagram, Snapchat, Facebook, YouTube und Twitter besprochen. Auf diesen Netzwerken loggen sich die Jugendlichen nicht mit der Absicht ein, um sich politisch zu informieren<sup>17</sup>. Dennoch folgen manche der Teilnehmerinnen und Teilnehmer Parteien oder Politikerinnen und Politikern. Auch in der Schule wird teilweise besprochen, was welche Politikerin oder welcher Politiker z.B. wieder auf Facebook gepostet hat. Ein interessantes Finding ist ebenso, dass Jugendliche über traditionelle Nachrichtenmedien über Geschehnisse auf Social Media informiert werden<sup>18</sup>.

Viele politische Informationen, die über soziale Netzwerke kommuniziert werden, stammen von traditionellen Medien bzw. ihren Social-Media-Kanälen. Aber nur ein Teil der Teilnehmerinnen und Teilnehmer folgt solchen Nachrichtenmedien auf Social Media. Die Social-Media-Profile

---

<sup>15</sup> Siehe z.B. Kategorie „Mediale Informationsquellen“, Subkategorie „Traditionelle Medien Online“

<sup>16</sup> Siehe z.B. Kategorie „Ibiza-Skandal“

<sup>17</sup> Siehe z.B. Kategorie „Mediale Informationsquelle“, Subkategorie „Soziale Medien“

<sup>18</sup> Siehe z.B. Kategorie „Mediale Informationsquelle“, Subkategorie „Soziale Medien“

von Politikerinnen und Politikern dürften im Vergleich dazu eher unwichtiger sein. Obwohl einige der befragten Jugendlichen Parteien bzw. Politikerinnen und Politikern folgen<sup>19</sup>.

Ein soziales Medium, das fast nur im Zusammenhang mit politischen Themen genannt wurde, ist Twitter. Gleichzeitig ist es die Plattform, die nur sieben der 33 befragten Jugendlichen (21,2 % des Samples) nutzen<sup>20</sup>. Daraus könnte geschlossen werden, dass nur jene Jugendliche Twitter für politische Themen nutzen, die im Vergleich zu ihren Peers ein größeres politisches Interesse vorweisen.

In den Gruppendiskussionen wurden auch Bloggerinnen und Blogger bzw. YouTuber angesprochen. Über ihre Social-Media-Kanäle werden die Jugendlichen zum Teil auf politische Themen aufmerksam gemacht. Im Allgemeinen sind den Jugendlichen in sozialen Netzwerken eher Partei-Werbungen z.B. auf YouTube, Instagram oder Snapchat aufgefallen.

Generell vertrauen die Jugendlichen den Meldungen, die sie auf sozialen Netzwerken erhalten aber eher weniger. Es bleibt also offen, wie stark die Netzwerke des Web 2.0 tatsächlich zur Meinungsbildung beitragen.

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass für die Jugendlichen Social Media als politische Informationsquelle einen nicht ganz so hohen Stellenwert hat. Vielmehr verhält es sich so, dass sie über diese Netzwerke zufällig über bestimmte Neuigkeiten informiert werden. Gleichzeitig dürfen die Auswirkungen von Social Media auf keinen Fall unterschätzt werden.

### Woher beziehen Jugendliche Informationen zu politischen Themen, besonders vor Wahlen? (F1.3)

Neben den bereits besprochenen sozialen und traditionellen Medien, informieren sich die Jugendlichen auch über andere Wege zu politischen Themen. Eine mehrfach genannte Entscheidungshilfe vor Wahlen war die Online-Plattform wahlkabine.at. Diese hat den Jugendlichen nicht nur einen Überblick über die bei der jeweiligen Wahl relevanten Themen gegeben, sondern auch dabei geholfen die für sie richtige Partei zu finden. Jedoch wusste nur ein Teil der Teilnehmerinnen und Teilnehmer von dieser Website.

Sehr präsent zeigen sich zudem die Sozialisationsinstanzen der Jugendlichen:

Die Schulen der Teilnehmerinnen und Teilnehmer haben vor der EU-Wahl 2019 jeweils eine Podiumsdiskussion veranstaltet und dafür Vertreterinnen und Vertreter der Parteien eingeladen. Zwar gab es unterschiedliche Meinungen über die Qualität dieser Diskussionen, im Allgemeinen

---

<sup>19</sup> Siehe z.B. Kategorie „Politische Meinung“

<sup>20</sup> Siehe z.B. Kategorie „Mediale Informationsquelle“, Subkategorie „Soziale Medien“

sind sie aber sehr gut angekommen. Viele der befragten Jugendlichen haben berichtet, dass sie sich durch diese Veranstaltungen informiert haben<sup>21</sup>.

Mit der Familie bzw. den Eltern wird auch über politische Themen gesprochen. Auffällig ist, dass die Jugendlichen eher dann mit ihren Eltern darüber sprechen, wenn sie wissen, dass sie derselben bzw. einer ähnlichen politischen Meinung oder Einstellung sind wie sie selbst<sup>22</sup>.

Innerhalb der Peer-Group ist Politik zwar hin und wieder ein Thema, ihre Freunde dienen den Jugendlichen aber nicht als wichtige Informationsquelle per se. Eher verhält es sich so, dass sie sich mit ihren Freunden über aktuelle Geschehnisse – auch jenen in der Politik – austauschen.

### Weitere Findings

Durch die Charakteristik der qualitativen Forschung ließ die Methode der Gruppendiskussion große Offenheit zu. Durch den groben Gesprächsleitfaden konnten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer daher auch über andere Themen sprechen.

In den Gesprächen war bemerkbar, dass die Jugendlichen sehr gerne und offen über Politik sprechen. Das alleine deutet schon auf ein gewisses Interesse ihrerseits hin. Als politikverdrossen oder politisch uninteressiert können die Teilnehmerinnen und Teilnehmer nicht eingestuft werden. Für sie ist es eine wichtige Grundvoraussetzung, dass sie als Wählerin oder Wähler politisch informiert bzw. auch interessiert sind.

Wählen ab 16 Jahren war auch ein viel diskutiertes Thema. Obwohl manche zu Beginn Zweifel geäußert haben, waren sich die Jugendlichen nach den Gesprächen fast alle einig, dass es gut ist, schon ab 16 wählen zu dürfen. Wahlen an sich sind ein wichtiger Grund für die Jugendlichen, sich schon in jungen Jahren mit dem Thema Politik zu beschäftigen.

Zudem wurden von einigen Teilnehmerinnen und Teilnehmer im Zusammenhang mit Social Media und Politik Memes angesprochen. Gerade nach dem Ibiza-Skandal wurden scheinbar die Timelines der Jugendlichen mit Bildern, Sprüchen oder Videos zu diesem Thema überflutet. Die Internet Memes sind eine sehr spannende und eigene Art der Online-Kommunikation. Welche Rolle sie bei politischen Themen haben, sollte auf jeden Fall noch weiterführend erforscht werden.

---

<sup>21</sup> Siehe z.B. Kategorie „Medien und Politik in der Schule“

<sup>22</sup> Sie Kategorie „Persönliche Informationsquellen“, Subkategorie „Familie“

## 7 Conclusio

Sowohl traditionelle Medien als auch soziale Medien dienen den Jugendlichen als Informationsquelle für politische Themen – besonders bei bevorstehenden Wahlen. Durch die einmalige Chance, mit Jugendlichen während einer politisch sehr interessanten Zeit zu reden, eröffneten sich viele weitere spannende Themenaspekte – von Internet Memes bis zu YouTubern, die politische Aufklärungsarbeit leisten.

Die Bildung einer politischen Meinung ist ein sehr komplexer Prozess, bei dem viele verschiedene Faktoren mitspielen. Das wurde auch in den durchgeführten Gruppendiskussionen deutlich. Zwar nehmen Medien dabei eine wichtige Rolle ein, doch nur durch diese alleine entsteht keine Meinung. Den Jugendlichen dienen diese vor allem zur Information über politische Themen. Und diese medial erschlossenen Informationen können dann als Grundlage zur Meinungsbildung dienen. Doch die rezipierten Medien werden sehr individuell und nach dem jeweiligen Interesse und Bildungsniveau der Jugendlichen ausgewählt. An dieser Stelle sollten weiterführende Studien angedacht werden, die hinterfragen, welche Auswirkungen diese Variablen auf den Informationsstand haben oder, ob es Unterschiede in der Meinungsbildung gibt.

Durch die Gespräche wurde bemerkbar, dass die befragten Jugendlichen im Allgemeinen sehr ähnliche Herangehensweisen haben, um an (politische) Informationen zu gelangen. Dennoch war auffällig, dass unterschiedliche Voraussetzungen (Schule, Familie, etc.) zu unterschiedlichen Informationsniveaus führen. Auch dadurch, dass nicht jeder oder jede derselben Person oder demselben Nachrichtenmedium auf sozialen Netzwerken folgt, ergeben sich Differenzen.

### Einschränkungen und Ausblick

Medien im Allgemeinen sind ein nahezu unüberschaubares Themenfeld. Kommt auch noch Politik hinzu, wächst dieses noch viel weiter an. Bei dieser Forschungsarbeit war es deshalb wichtig, Abgrenzungen vorzunehmen.

In dieser Arbeit wurden zwei unterschiedliche Arten von Medien gegenübergestellt: die traditionellen und die sozialen Medien. Diese beiden sehr groben Kategorien bestehen jedoch aus vielen kleinen weiteren Elementen. Die einzelnen Nachrichtenmedien oder Social-Media-Plattformen unterscheiden sich stark voneinander. Durch die Schnelllebigkeit des Internets verändern sich dies auch immer wieder. Es können daher immer nur Momentaufnahmen festgehalten werden. Welche Unterschiede es alleine innerhalb der einzelnen sozialen Netzwerke im Zusammenhang mit politischer Meinungsbildung gibt, ist dennoch sehr spannend zu erforschen.

Dass bei dieser Forschungsarbeit Jugendliche aus zwei unterschiedlichen Schulen (Handelsakademie und Gymnasium) bei den Gruppendiskussionen teilgenommen haben, war nicht von Beginn an geplant. Bei der Interpretation der Forschungsergebnisse wurde nicht näher auf die Unterschiede der zwei Schultypen eingegangen. Grund dafür war auch die ungleiche Verteilung – nur zwei von den insgesamt sieben Gruppen waren Schülerinnen und Schüler aus einem Gymnasium. Trotzdem wäre es sehr interessant, auf welche Ergebnisse eine ähnliche Studie kommen würde, die Meinungen, Erfahrungen oder Sichtweisen von Jugendlichen unterschiedlicher Schultypen analysiert.

Die Ergebnisse dieser Forschungsarbeit hängen natürlich auch sehr stark mit dem gewählten Zeitpunkt der Gruppendiskussionen zusammen. Mit dem Zusammenkommen zwei großer Ereignisse, der EU-Wahl und dem Ibiza-Skandal, konnte mit dieser Arbeit ein einzigartiger Moment festgehalten werden. Nicht nur bei den Jugendlichen war in diesem Zeitraum das Interesse an Politik und Medien größer. Auch wenn dies die Ergebnisse maßgeblich beeinflusst hat, haben diese beiden Gegebenheiten es viel einfacher gemacht, mit den Jugendlichen über ein sonst sehr abstraktes Thema zu sprechen. Zudem ist es möglich, dass eben gerade diese Vorkommnisse, das Interesse der Jugendlichen, sich politisch zu informieren, geweckt hat.

## 8 Quellenverzeichnis

### 8.1 Literaturverzeichnis

- Altendorfer, Otto (2009): Einführung in die Kommunikationswissenschaft. In: Altendorfer, Otto / Hilmer, Ludwig (Hrsg.): Medienmanagement. Methodik - Journalistik und Publizistik - Medienrecht. VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 167-192
- Amnå, Erik / Ekström, Mats / Kerr, Margaret / Stattin, Håkan (2009): Political socialization and human agency. The development of civic engagement from adolescence to adulthood. Statsvetenskaplig. Vol. 111(1). S. 27-40
- Baacke, Dieter (1997): Medienpädagogik. In: Straßner, Erich (Hrsg.). Grundlagen der Medienkommunikation. Vol. 1. Niemeyer. Tübingen.
- Balzter, Nadine / Ristau, Yan / Schröder, Achim (2014): Wie politische Bildung wirkt. Wirkungsstudie zur biographischen Nachhaltigkeit politischer Jugendbildung. Schwalbach. Wochenschau Verlag.
- Bauer, Thomas A. (2014): Bildungsmedien und medienbildung im Kontext des Medienwandels. In: Bauer, Thomas A. / Ivanišin, Marko / Mikuszeit, Bernd (Hrsg.): Medien für die europäische Bildungsgesellschaft. Medienbildung Medienbewertung Mediennutzung. Internationaler Verlag der Wissenschaften. Frankfurt am Main. S. 13-46
- Bauer, Thomas A. / Ivanišin, Marko / Mikuszeit, Bernd (2014): Medien für die europäische Bildungsgesellschaft. Medienbildung Medienbewertung Mediennutzung. Internationaler Verlag der Wissenschaften. Frankfurt am Main
- Billmann-Mahecha, Elfriede (2001): Soziale Aushandlungsprozesse im Kindesalter – ein qualitativer Zugang über das Gruppendiskussionsverfahren. In: Mey, Günter (Hrsg.). Qualitative Forschung in der Entwicklungspsychologie. Potentiale, Probleme, Perspektiven. Forschungsbericht aus der Abteilung Psychologie im Institut für Sozialwissenschaften der Technischen Universität Berlin. Vol. 2001(1). Berlin. S. 12-18.
- Blumer, Herbert (1986): Symbolic interactionism: perspective and method. University of California Press. Berkeley, California.
- Bonfadelli, Heinz (1981): Die Sozialisationsperspektive in der Massenkommunikationsforschung. Neue Ansätze, Methoden und Resultate zur Stellung der Massenmedien im Leben der Kinder und Jugendlichen. Verlag Volker Spiess. Berlin.
- Brosius, Hans-Bernd / Koschel, Friederike / Haas, Alexander (2008): Methoden der empirischen Kommunikationsforschung. Eine Einführung. 4. Auflage. VS Verlag für Sozialwissenschaften. Wiesbaden
- Buchem, Ilona (2015): Mobiles Lernen und die Ent-Didaktisierung der Lernräume. In: Friedrich, Katja / Siller, Friederike / Treber, Albert (Hrsg.): smart und mobil. Digitale Kommunikation als Herausforderung für Bildung, Pädagogik und Politik. Kopaed. München. S. 43-62

- Castaño Díaz, Carlos Mauricio (2013): Defining and characterizing the concept of Internet Meme. *Revista CES Psicología*, 6(2),82-104.
- Diehl, Trevor / Weeks, Brian E. / Gil de Zúñiga, Homero (2016): Political persuasion on social media: Tracing direct and indirect effects of news use and social interaction. In: *new media & society* 2016. Vol. 18(9) 1875–1895
- Ertelt, Jürgen (2015): Jung, mobil, beteiligt – Aspekte smarterer Jugendbeteiligung. In: Friedrich, Katja / Siller, Friederike / Treber, Albert (Hrsg.): *smart und mobil. Digitale Kommunikation als Herausforderung für Bildung, Pädagogik und Politik*. Kopaed. München. S. 203-208
- European Commission (2018): A multi-dimensional approach to disinformation. Report of the independent High level Group on fake news and online disinformation. Publications Office of the European Union. Luxembourg.
- Fend, Helmut (1991): *Identitätsentwicklung in der Adoleszenz: Lebensentwürfe, Selbstfindung und Weltaneignung in beruflichen, familiären und politisch-weltanschaulichen Bereichen*. 1. Auflage. Huber. Bern. Stuttgart. Toronto.
- Filzmaier, Peter / Klepp, Cornelia (2009): Mehr als Wählen mit 16: Empirische Befunde zum Thema Jugend und Politische Bildung. In: *Österreichische Zeitschrift für Politikwissenschaft (ÖZP)*. 38.Jg. Vol. 3. S. 341-355
- Friesl, Christian / Polak, Regina (2001): Jung-Sein als Experiment. In: Friesl, Christian (2001): *Experiment Jung-Sein. Die Wertewelt österreichischer Jugendlicher*. Czernin Verlag. Wien. S. 13-46
- Galtung, Johan / Ruge, Mari Holmboe (1965): The Structure of Foreign News. In: *Journal of Peace Research*. Vol.2(1). Sage Publications. S. 64-91
- Groebel, Jo (2016): Jugend, Medien, Politik. In: Gürlevik, Aydin / Hurrelmann, klaus / Palentien, Christian (Hrsg.): *Jugend und Politik. Politische Bildung und Beteiligung von Jugendlichen*. Springer VS. Wiesbaden. S. 115-136
- Großegger, Beate (2001): „Beziehungswerte“ – Freunde, Partnerschaft und Familie in den Werte-Sets Jugendlicher. In: Friesl, Christian (2001): *Experiment Jung-Sein. Die Wertewelt österreichischer Jugendlicher*. Czernin Verlag. Wien. S. 47-72
- Großegger, Beate (2019): *Generation „OnLife“*. Wie digitale Technologien den Alltag Jugendlicher verändern. Kurzexpertise von Dr. Beate Großegger. Institut für Jugendkulturforschung. Wien.
- Grundmann, Matthias (2004): Aspekte einer sozialisations-theoretischen Fundierung der Jugendforschung. In: Hoffmann, Dagmar/ Merckens, Hans (2004): *Jugendsoziologische Sozialisationstheorie*. Juventa Verlag. Weinheim/München. S. 17-50
- Hilpert, Jörg / Benighaus, Ludger / Scheel, Oliver (2012): Auswertung von Fokusgruppen mit MAXQDA am Beispiel des Projektes „Wahrnehmung der Fusionsenergie bei ausgewählten Bevölkerungsteilen“. In: Schulz, Marlen / Mack, Birgit / Renn, Ortwin (Hrsg.). *Fokusgruppen in der empirischen Sozialwissenschaft. Von der Konzeption bis zur Auswertung*. Springer VS. Wiesbaden. S. 170-194

- Hoffmann, Dagmar (2002): Attraktion und Faszination Medien. Jugendliche Sozialisation im Kontext von Modernisierung und Individualisierung. LIT. Münster.
- Hoffmann, Dagmar (2010): Plädoyer für eine integrative Mediensozialisationstheorie. In: Hoffmann/Mikos (Hrsg.). Mediensozialisationstheorien. Modelle und Ansätze in der Diskussion. 2. Auflage. VS Verlag für Sozialwissenschaften. Wiesbaden. S. 11-26.
- Hoffmann, Dagmar (2014): Good Citizens. Eine akteursorientierte Perspektive auf die Bedingungen und Wirklichkeiten politischer Teilhabe. In: Pöttinger, Ida / Kalwar, Tanja / Fries, Rüdiger (Hrsg.). Doing Politics. Politisch agieren in der digitalen Gesellschaft. kopaed. München. S. 39-50
- Hoffmann, Dagmar / Merckens, Hans (Hrsg.) (2004): Jugendsoziologische Sozialisationstheorie. Impulse für die Jugendforschung. Juventa Verlag. Weinheim/München
- Hoffmann, Dagmar / Mikos, Lothar (2010): Mediensozialisationstheorien. Modelle und Ansätze in der Diskussion. 2. Auflage. VS Verlag für Sozialwissenschaften. Wiesbaden.
- Huhtasaari, Hannah (2015): Thinktank mobile learning. Neue Wege des historischen lernens in der politischen Bildung. In: Friedrich, Katja / Siller, Friederike / Treber, Albert (Hrsg.): smart und mobil. Digitale Kommunikation als Herausforderung für Bildung, Pädagogik und Politik. Kopaed. München. S. 209-216
- Humborg, Christian / Nguyen, Thuy Anh (2018): Die publizistische Gesellschaft. Journalismus und Medien im Zeitalter des Plattformkapitalismus. Springer VS. Wiesbaden.
- Hurrelmann, Klaus / Bauer, Ullrich (2015): Einführung in die Sozialisationstheorie. Das Modell der produktiven Realitätsverarbeitung. 11. Auflage. Beltz Verlag. Weinheim Basel.
- Hüther, Jürgen (1975): Sozialisation durch Massenmedien. Ziele, Methoden, Ergebnisse einer medienbezogenen Jugendkunde. Westdeutscher Verlag. Opladen.
- Jandura, Olaf / Karnowski, Veronika (2015): Digital Natives vs. Digital Immigrants – fruchtbares empirisches Konzept für die Kommunikationswissenschaft oder populärwissenschaftliche Fiktion? In: Publizistik. Vol.60(1). S. 63-79
- JIM (2017): Jugend, Information, (Multi-)Media. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest. Stuttgart.
- Junge, Matthias (2004): Sozialisationstheorien vor dem Hintergrund von Modernisierung, Individualisierung und Postmodernisierung. In: Hoffmann, Dagmar/ Merckens, Hans (2004): Jugendsoziologische Sozialisationstheorie. Juventa Verlag. Weinheim/München. S. 35-50
- Kleindiek, Ralf (2014): Rede anlässlich der Eröffnung des GMK Forums am 21.11.2014. In: Pöttinger, Ida / Kalwar, Tanja / Fries, Rüdiger (Hrsg.). Doing Politics. Politisch agieren in der digitalen Gesellschaft. kopaed. München.
- Koller, Katharina (2018): „Das ist ein Status quo, die EU, das ist kein Traum mehr!“. Europa und die EU aus Sicht junger Erwachsener und der Generation 60+ im Vergleich. Institut für Jugendkulturforschung. Wien.

- Kritzinger, Sylvia / Wagner, Markus / Glavanovits, Josef (2018): Wählen mit 16 – ErstwählerInnen bei der Nationalratswahl 2017. Wien
- Kuckartz, Udo (2014): Qualitative Inhaltsanalyse: Methoden, Praxis, Computerunterstützung. 2. Auflage. Beltz Juventa. Weinheim.
- Kuhn, Hans-Peter / Schmid, Christine (2004): Politisches Interesse, Mediennutzung und Geschlechterdifferenz. Zwei Thesen zur Erklärung von Geschlechtsunterschieden im politischen Interesse von Jugendlichen. In: Hoffmann, Dagmar/ Merken, Hans (2004): Jugendsoziologische Sozialisationstheorie. Juventa Verlag. Weinheim/München. S. 71-90
- Kühn, Thomas / Koschel, Kay-Volker (2011): Gruppendiskussionen. Ein Praxis-Handbuch. 1. Auflage. VS Verlag für Sozialwissenschaften. Springer Fachmedien. Wiesbaden.
- Lehman Schlozman, Kay / Verba, Sidney / Henry E., Brady (2010): Weapon of the Strong? Participatory Inequality and the Internet. Perspectives on Politics. Vol. 8(2), S. 487-509
- Luhmann, Niklas (2017): Die Realität der Massenmedien. Springer VS. (5. Auflage). Wiesbaden.
- Metzges, Günter (2012): Politik im Netz der Jedermann-Demokratie. In: Braun, Stephan / Geisler, Alexander (Hrsg.): Die verstimmte Demokratie. Moderne Volksherrschaft zwischen Aufbruch und Frustration. Springer VS. Wiesbaden. S.259-268
- Meyen, Michael / Löblich, Maria / Pfaff-Rüdiger, Senta / Riesmeyer, Claudia (2011): Qualitative Forschung in der Kommunikationswissenschaft. Eine praxisorientierte Einführung. 1. Auflage. VS Verlag für Sozialwissenschaften. Springer Fachmedien. Wiesbaden
- Mikos, Lothar (2004): Medien als Sozialisationsinstanz und die Rolle der Medienkompetenz In: Hoffmann, Dagmar/ Merken, Hans (2004): Jugendsoziologische Sozialisationstheorie. Juventa Verlag. Weinheim/München. S. 157-172
- Müller, Renate / Rhein, Stefanie / Glogner, Patrick (2004): Das Konzept musikalischer und medialer Selbstsozialisation – widersprüchlich, trivial, überflüssig? In: Hoffmann, Dagmar/ Merken, Hans (2004): Jugendsoziologische Sozialisationstheorie. Juventa Verlag. Weinheim/München. S. 237
- Paus-Hasebrink, Ingrid (2008): Zur politischen Partizipation von Jugendlichen im Kontext neuer Medien – Ansätze der Jugend(medien)forschung. In: Moser, Heinz / Sesink, Werner / Meister, Dorothee M. / Hipfl, Brigitte / Theo, Hug (ebd.): Jahrbuch Medienpädagogik 7. VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 133-150
- Pfaff, Nicolle (2012): Demokratie lernen? Jugend zwischen Politikverdrossenheit und Protest. In: Braun, Stephan / Geisler, Alexander (Hrsg.): Die verstimmte Demokratie. Moderne Volksherrschaft zwischen Aufbruch und Frustration. Springer VS. Wiesbaden. S.269-286
- Pfetsch, Jan (2018): Jugendliche Nutzung digitaler Medien und elterliche Medienerziehung – Ein Forschungsüberblick. In: Prax. Kinderpsychologie. Kinderpsychiatrie. Vol. 67. S. 110-133.
- Plasser, Fritz / Ulram, Peter A. (1982): Unbehagen im Parteienstaat: Jugend und Politik in Österreich. Böhlau. Wien, Köln, Graz.
- Prensky, Marc (2001): Digital Natives, Digital Immigrants Part 1. In: On the Horizon. Vol. 9(5). S. 1-6

- Rösch, Eike / Seitz, Daniel (2013): YouTube als Teil der Jugendkultur – eine kleine Generekunde. In: Gräßer, Lars / Riffi, Aycha (Hrsg.): Einfach fernsehen? Zur Zukunft des Bewegtbildes. Schriftenreihe zur Digitalen Gesellschaft NRW.Vol. 2. München. S. 45-52
- Ruddat, Michael (2012): Auswertung von Fokusgruppen mittels Zusammenfassung zentraler Diskussionsaspekte. In: Schulz, Marlen / Mack, Birgit / Renn, Ortwin (Hrsg.). Fokusgruppen in der empirischen Sozialwissenschaft. Von der Konzeption bis zur Auswertung. Springer VS. Wiesbaden. S. 195-206
- Sachsse, Hans (1987): Ethische Probleme des technischen Fortschritts. In: Lenk, Hans / Ropohl, Günter (Hrsg.). Technik und Ethik. Stuttgart. S.49-80
- Sander, Uwe / Vollbrecht, Ralf (1987): Kinder und Jugendliche im Medienzeitalter: Annahmen, Daten und Ergebnisse der Forschung. Leske und Budrich. Opladen.
- Scherr, Albert (2004): Selbstsozialisation in der polykontexturalen Gesellschaft. Primat des Objektiven oder Autopoiese psychischer Systeme? In: Hoffmann, Dagmar/ Merckens, Hans (2004): Jugendsoziologische Sozialisationstheorie. Juventa Verlag. Weinheim/München. S. 221-235
- Schmidt, Jan-Hinrik / Hölig, Sascha / Merten, Lisa / Hasebrink, Uwe (2017): Nachrichtennutzung und Meinungsbildung in Zeiten sozialer Medien. In: Informatik Spektrum. Vol. 40(4). Springer Verlag. Berlin. Heidelberg.
- Schorb, Bernd (2008): Jugend, politische Sozialisation und Medien. In. Moser, Heinz / Sesink, Werner / Meister, Dorothee M. / Hipfl, Brigitte /Hug, Theo (Hrsg.). Jahrbuch Medien-Pädagogik 7. Medien. Pädagogik. Politik. VS Verlag für Sozialwissenschaften. Wiesbaden. S. 151-168
- Schulz, Iren (2010): Mediatisierung und der Wandel von Sozialisation: Die Bedeutung des Mobiltelefons für Beziehungen, Identität und Alltag im Jugendalter In: Hartmann, Maren / Hepp, Andreas (Hrsg.) Die Mediatisierung der Alltagswelt. VS Verlag für Sozialwissenschaften. Wiesbaden. S. 231-242.
- Schulz, Marlen / Mack, Birgit / Renn, Ortwin (2012): Fokusgruppen in der empirischen Sozialwissenschaft. Von der Konzeption bis zur Auswertung. Springer VS. Wiesbaden
- Schulz, Winfried (2011): Politische Kommunikation. Theoretische Ansätze und Ergebnisse empirischer Forschung. Vol.3. VS Verlag für Sozialwissenschaften. Springer Fachmedien. Wiesbaden
- Schweiger, Wolfgang / Weber, Patrick / Prochazka, Fabian / Brückner, Lara (2019): Algorithmisch personalisierte Nachrichtenkanäle. Begriffe, Nutzung, Wirkung. Springer VS. Wiesbaden.
- Seckler, Katharina (2015): "Du Lappen. Geh sterben." Jugendlichen als Experten ihrer mobilen Medienwelten: ihr Blick auf Smartphones, WhatsApp, Sexting und Cybermobbing und ihre Empfehlungen, wie Pädagog/-innen, Lehrer/-innen und Eltern damit umgehen sollen. In: Friedrich, Katja / Siller, Friederike / Treber, Albert (Hrsg.): smart und mobil. Digitale Kommunikation als Herausforderung für Bildung, Pädagogik und Politik. Kopaed. München. S. 235-244
- Tham, Barbara (2008): Jugendpartizipation in Europa. In: Jugend – Demokratie – Politik, hrsg. vom Forum Politische Bildung. Nr. 26. S. 31-39

- Theunert, Helga / Schorb, Bernd (2010): Sozialisation, Medienaneignung und Medienkompetenz in der mediatisierten Gesellschaft. In: Hartmann, Maren / Hepp, Andreas (Hrsg.). Die Mediatisierung der Alltagswelt. VS Verlag für Sozialwissenschaften. Wiesbaden. S. 243-245
- Tichenor, Philipp / Donohue, George A. / Olien, Clarice N. (1970): Mass Media Flow and Differential Growth in Knowledge. The Public Opinion Quarterly. Vol. 34(2), S. 159-170.
- Wagner, Ulrike / Gebel, Christa / Jünger, Nadine (2014): Informations- und engagementbezogenes Medienhandeln von Jugendlichen. In: Hepp, A. / Krotz, F. / Vogelsang, W. (Hrsg.): Jugendliche und die Aneignung politischer Informationen in Online-Meiden. Springer VS. Wiesbaden. S. 53-136
- Zentner, Manfred (2001): Gesellschaftliche Beteiligung und politisches Bewusstsein. In: Friesl, Christian (2001): Experiment Jung-Sein. Die Wertewelt österreichischer Jugendlicher. Czernin Verlag. Wien. S. 147-174
- Žuran, Kaja / Ivanišin, Marko (2014): Von Medienbildung, über Medienkluft zu Medienkompetenz. In: Bauer, Thomas A. / Ivanišin, Marko / Mikuszeit, Bernd (Hrsg.): Medien für die europäische Bildungsgesellschaft. Medienbildung Medienbewertung Mediennutzung. Internationaler Verlag der Wissenschaften. Frankfurt am Main. S. 495-506

## 8.2 Online-Quellen

- Albert, Mathias / Hurrelmann, Klaus / Quenzel, Gudrun (2015): Jugend 2015. 17. Shell Jugendstudie. Shell Holding GmbH (Hrsg.). Hamburg. [https://www.shell.de/ueber-uns/die-shell-jugendstudie/multimediale-inhalte/\\_jcr\\_content/par/expandablelist\\_643445253/expandablesection.stream/1456210165334/a1bf3be70a5bbcb745e6bad94d7254d47f13338b/flyer-zur-shell-jugendstudie-2015-auf-deutsch.pdf](https://www.shell.de/ueber-uns/die-shell-jugendstudie/multimediale-inhalte/_jcr_content/par/expandablelist_643445253/expandablesection.stream/1456210165334/a1bf3be70a5bbcb745e6bad94d7254d47f13338b/flyer-zur-shell-jugendstudie-2015-auf-deutsch.pdf) (abgerufen am 30.6.2019)
- Anderson, Monica / Jiang, Jingjing (2018a): Teens, Social Media & Technology 2018. Pew Research Center. <https://www.pewinternet.org/2018/05/31/teens-social-media-technology-2018/> (abgerufen am 3.7.2019)
- Anderson, Monica / Jiang, Jingjing (2018b): Teens' Social Media Habits and Experiences. Pew Research Center. <https://www.pewinternet.org/2018/11/28/teens-social-media-habits-and-experiences/> (abgerufen am 3.6.2019)
- Bendiek, Annegret / Schulze, Matthias (2019): Desinformation und die Wahlen zum Europäischen Parlament. SWP-Aktuell. Vol.10.Stiftung Wissenschaft und Politik -SWP- Deutsches Institut für Internationale Politik und Sicherheit. Berlin. doi.org/10.18449/2019A10 (abgerufen am 7.7.2019)
- Bildungsdirektion Niederösterreich (o.J.): Information zur Genehmigung von empirischen Untersuchungen. <http://www.bildung-noe.gv.at/index.php/allgemeines.html>. (abgerufen am 16.6.2019)
- bildungssystem.at (2014): Berufsbildende höhere Schule (BHS) sowie Bildungsanstalt für Elementarpädagogik und Bildungsanstalt für Sozialpädagogik.

- <https://www.bildungssystem.at/schule-oberstufe/berufsbildende-hoehere-schule/> (abgerufen am 7.7.2019)
- Bundesministerium für Bildung und Frauen (2014): Lehrplan der Handelsakademie. Anlage A1. Ausgegeben am 27.08.2014. [https://www.ris.bka.gv.at/Dokumente/BgblAuth/BGBLA\\_2014\\_II\\_209/COO\\_2026\\_100\\_2\\_1028436.html](https://www.ris.bka.gv.at/Dokumente/BgblAuth/BGBLA_2014_II_209/COO_2026_100_2_1028436.html) (abgerufen am 7.7.2019)
- Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Forschung (o.J.): Die kaufmännischen Schulen Österreichs – Facts. Plattform HAK.CC. [www.hak.cc/files/attachments/service\\_attachments/Factsheet\\_kfm%20Schulen%20Österreichs\\_20180212\\_0.pdf](http://www.hak.cc/files/attachments/service_attachments/Factsheet_kfm%20Schulen%20Österreichs_20180212_0.pdf). (8.12.2018, 16:45 Uhr)
- Bundesministerium für Inneres (2019): Europawahl 2019. [https://www.bmi.gv.at/412/Europawahlen/Europawahl\\_2019/start.aspx#pk\\_03](https://www.bmi.gv.at/412/Europawahlen/Europawahl_2019/start.aspx#pk_03) (abgerufen am 9.7.2019)
- Bundesministerium für Unterricht und Kunst (2017): Lehrpläne – allgemeinbildende höhere Schulen, Fassung vom 31.08.2017. <https://www.ris.bka.gv.at/GeltendeFassung.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=10008568&FassungVom=2017-08-31> (abgerufen am 7.7.2019)
- Demokratiezentrum Wien (o.J): Neue Formen von Partizipation. <http://www.demokratiezentrum.org/themen/citizenship-konzepte/herausforderungen-an-staatsbuergerschaft/neue-formen-von-partizipation.html> (abgerufen am 19.1.2019)
- derStandard.at (2019a): „Wer zahlt, schafft an“: Die besten Memes zur Ibiza-Affäre. In: Der Standard. 20.5.2019. <https://www.derstandard.de/story/2000103466089/wer-zahlt-schafft-an-die-besten-memes-zur-ibiza-ffaere> (abgerufen am 10.7.2019)
- derStandard.at (2019b): „We’re going to ibiza“ – Vengaboys bei Donnerstagsdemo in Wien. In: Der Standard. 30.5.2019. <https://www.derstandard.at/story/2000104075987/were-going-to-ibiza-vengaboys-heute-bei-donnerstagsdemo-in-wien> (abgerufen am 10.7.2019)
- derStandard.at (2019c): Ibiza-Affäre beschert Info-Sendungen ein Quotenhoch. 20.5.2019. [www.derstandard.at/story/2000103475245/ibiza-ffaere-beschert-info-sendungen-ein-quotenhoch](http://www.derstandard.at/story/2000103475245/ibiza-ffaere-beschert-info-sendungen-ein-quotenhoch) (abgerufen am 22.7.2019)
- Europäisches Parlament (2014): Ergebnisse der Europawahl 2014. <http://www.europarl.europa.eu/elections2014-results/forschde/turnout.html> (abgerufen am 16.01.2019)
- Europäisches Parlament (2018): Europawahl 2019: Nationale Bestimmungen. [http://www.europarl.europa.eu/austria/resource/static/files/import/europawahlen/eprs\\_ata-2018-623556\\_de-compressed.pdf](http://www.europarl.europa.eu/austria/resource/static/files/import/europawahlen/eprs_ata-2018-623556_de-compressed.pdf). (abgerufen am 20.1.2019)
- European Commission (2019): Media literacy. 05.04.2019 <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/media-literacy> (abgerufen am 5.7.2019)

- Fellner, Sebastian / Weißensteiner, Nina (2019): Strache und Gudenus treten zurück, Kurz und Van der Bellen kündigen Neuwahlen an. In: derStandard.at. 18.5.2019. <https://www.derstandard.at/story/2000103406915/strache-und-gudenus-treten-zurueck-kurz-und-van-der-bellen> (abgerufen am 10.7.2019)
- Freund, Nicolas (2019): Pfarrersohn mit Undercut und Youtube-Konto. Süddeutsche Zeitung Magazin. Vol.24. 15.6.2019. <https://sz-magazin.sueddeutsche.de/politik/rezo-youtube-cdu-politik-kilma-87391> (abgerufen am 18.7.2019)
- Herzig Gainsford, Yvonne / Ovcina Cajacob, Amina / Künzler, Matthias (2017): Politik? Gerne, aber jugendorientiert! In: medienimpulse-online. Bmb. 2016(4). <http://www.medienimpulse.at/articles/view/961> (abgerufen am 21.10.2018)
- ISA – Institut für Strategieanalysen / SORA – Institute for Social Research and Analysis (2019): Wahl zum Europäischen PaRlament 2019 in Österreich. Wahlanalyse. SORA/ISA im Auftrag des ORF. [https://www.sora.at/fileadmin/downloads/wahlen/2019\\_EUW\\_Wahlanalyse.pdf](https://www.sora.at/fileadmin/downloads/wahlen/2019_EUW_Wahlanalyse.pdf) (abgerufen am 30.6.2019)
- Klenk, Florian (2019): Die geheimen Strache-Videos: Worum es geht. In: Falter. 17.5.2019 <https://www.falter.at/archiv/wp/die-geheimen-strache-videos-worum-es-geht-strache-videos> (abgerufen am 10.7.2019)
- Larcher, Elke / Zandonella, Martina (2014): Politische BildnerInnen. Politische Bildung in Volksschulen und Schulen der Sekundarstufe 1 in Wien. SORA – Institute for Social Research and Analysis. [https://www.sora.at/fileadmin/downloads/projekte/2014\\_SORA-Endbericht\\_Politische\\_BildnerInnen.pdf](https://www.sora.at/fileadmin/downloads/projekte/2014_SORA-Endbericht_Politische_BildnerInnen.pdf) (abgerufen am 30.6.2019)
- Mey, Günter (2003): Zugänge zur kindlichen Perspektive: Methoden der Kindheitsforschung (Forschungsbericht aus der Abteilung Psychologie im Institut für Sozialwissenschaften an der Technischen Universität Berlin. (2003-1). <http://hdl.handle.net/20.500.11780/917> (abgerufen am 26.1.2019)
- Nancy, Jaques (2014): Nachwahlstudie 2014. Wahl zum europäischen Parlament. Analytischer Überblick. [europa.eu/at-your-service/files/be-heard/eurobarometer/2014/post-election-survey-2014/analytical-synthesis/de-analytical-synthesis-post-election-survey-2014.pdf](http://europa.eu/at-your-service/files/be-heard/eurobarometer/2014/post-election-survey-2014/analytical-synthesis/de-analytical-synthesis-post-election-survey-2014.pdf) (abgerufen am 17.01.2019)
- ÖGfE (2017): ÖGfE-Jugendumfrage 2017: Zum Schulstart – Austausch mit Jugendlichen über Europa intensivieren. 4.9.2017. <https://oegfe.at/2017/09/oegfe-jugendumfrage-2017-zum-schulstart-austausch-mit-jugendlichen-ueber-europa-intensivieren/> (abgerufen am 8.7.2019)
- ÖGfE (2019): ÖGfE-Jugendumfrage zur Europawahl: Hohe Wahlbereitschaft, Umwelt- und Klimaschutz als Hauptthema. 22.5.2019. [https://oegfe.at/2019/05/22\\_jugendumfrage/](https://oegfe.at/2019/05/22_jugendumfrage/) (abgerufen am 2.8.2019)
- orf.at (2019): Die Abwahl der Regierung Kurz. In: ORF. <https://orf.at/live/5074-Die-Abwahl-der-Regierung-Kurz/> (abgerufen am 10.7.2019)
- Österreichisches Parlament (2019): Wahlen zum Europäischen Parlament <https://www.parlament.gv.at/PERK/PE/WAHL19/index.shtml> (abgerufen am 7.7.2019)

- Paus-Hasebrink, Ingrid (2009): Zur Relevanz von sozialer Ungleichheit im Kontext der Mediensozialisationsforschung. In: Zeitschrift für Theorie und Praxis der Medienbildung. Themenheft Medien und soziokulturelle Unterschiede. Vol 17. <https://www.medienpaed.com/article/view/111> (abgerufen am 23.1.2019)
- Pew Research Center (2010): New Media, Old Media: How Blogs and Social Media Agendas Relate and Differ from the Traditional Press. Project for Excellence in Journalism. <https://www.journalism.org/2010/05/23/new-media-old-media/> (abgerufen am 3.7. 2019)
- Politik im Alltag (2018): YAPES – Yount Adults` Political Experience Sampling. Institut für Publizistik und Kommunikationswissenschaft. <http://impact-sowi.univie.ac.at/faecher/publizistik-und-kommunikationswissenschaft/politik-im-alltag/> (abgerufen am 3.11.2018)
- Roßmann, Robert (2019): Die CDU und der Youtuber Rezo. Süddeutsche Zeitung. 22.5.2019. <https://www.sueddeutsche.de/politik/rezo-cdu-philipp-amthor-1.4458348> (abgerufen am 18.7.2019)
- saferinternet.at (o.j.): Jugend-Internet-Monitor 2019. <https://www.saferinternet.at/services/jugend-internet-monitor/> (abgerufen am 3.6.2019)
- Schmidt, Paul / Edthofer, Johanna (2019): Wählen ab 16 in Österreich – ein Erfolgsmodell für ganz Europa? Österreichische Gesellschaft für Europapolitik. 16.4.2019. <https://oegfe.at/2018/04/waehlen-ab-16/?cn-reloaded=1> (abgerufen am 8.7.2019)
- Schreier, Margit (2014): Varianten qualitativer Inhaltsanalyse: Ein Wegweiser im Dickicht der Begrifflichkeiten. In: Forum Qualitative Sozialforschung. Forum: Qualitative Social Research, Vol 15, No 1. o.S. <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/rt/printerFriendly/2043/3635#g21> (abgerufen am 28.06.2019)
- Smith, Aaron / Silver, Laura / Johnson, Courtney / Taylor, Kyle / Jiang, Jingjing (2019): Publics in Emerging Economies Worry Social Media Sow Division, Even as They Offer New Chances for Political Engagement. Pew Research Center. <https://www.pewinternet.org/2019/05/13/publics-in-emerging-economies-worry-social-media-sow-division-even-as-they-offer-new-chances-for-political-engagement/> (abgerufen am 3.7.2019)
- SORA – Institute for Social Research and Analysis (2005): „Wählen heißt erwachsen werden!“ – Analyse des Wahlverhaltens 16- bis 18-jähriger Jugendlicher bei den Wiener Landtagswahlen 2005, Wien. [https://www.sora.at/fileadmin/downloads/projekte/2005\\_nachwahlanalyse-wien\\_gesamtbericht.pdf](https://www.sora.at/fileadmin/downloads/projekte/2005_nachwahlanalyse-wien_gesamtbericht.pdf) (abgerufen am 30.6.2019)
- Spectra Marktforschung (2017): Spectra Digi-Monitor Österreich. Teil 1. [https://www.spectra.at/fileadmin/news/2017/Spectra\\_Digi-Monitor\\_Teil1.pdf](https://www.spectra.at/fileadmin/news/2017/Spectra_Digi-Monitor_Teil1.pdf) (abgerufen am 30.6.2019)
- Spectra Marktforschung (2018): Spectra Digi-Monitor 2018. Digitale Angebote verändern und erweitern unseren Alltag langsam aber stetig. [https://www.spectra.at/fileadmin/news/2018/88-2383\\_Digimonitor\\_charts3.pdf](https://www.spectra.at/fileadmin/news/2018/88-2383_Digimonitor_charts3.pdf) (abgerufen am 30.6.2019)

- Statista Research Department (2019): Statistiken zur Nutzung von Social Media in der Politik. <https://de.statista.com/themen/4099/social-media-in-der-politik/>. (abgerufen am 29.6.2019)
- Studienpräses Universität Wien (o.J.): Datenschutz in der sozialwissenschaftlichen Forschung. <https://studienpraeses.univie.ac.at/infos-zum-studienrecht/wissenschaftliche-arbeiten/datenschutz-in-der-sozialwissenschaft/> (abgerufen am 12.08.2019)
- wahlkabine.at (2019): Über wahlkabine.at. <https://wahlkabine.at/ueber> (abgerufen am 17.9.2019)
- Wippersberg, Julia (2017): Generation Newsless? Informationsverhalten der Digital Natives. Informationsbeschaffung und Informationsnutzungsverhalten bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen im digitalen Zeitalter. In: Zeitung in der Schule. [www.zis.at/index.aspx?id=932](http://www.zis.at/index.aspx?id=932) (abgerufen am 21.10.2018)
- Zandonella, Martina / Perlot, Flooh (2019): (2019): Wahltagsbefragung und Wählerstromanalyse. Europawahl 2019. ISA – Institut für Strategieanalysen / SORA – Institute for Social Research and Analysis. [https://www.sora.at/fileadmin/downloads/wahlen/2019\\_EUW\\_Wahlanalyse-Grafiken.pdf](https://www.sora.at/fileadmin/downloads/wahlen/2019_EUW_Wahlanalyse-Grafiken.pdf) (abgerufen am 3.7.2019)

## 9 Tabellen- und Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Beliebteste Social Media Plattformen Österreichs 2019 (saferinternet.at, 2019).....	27
Abb. 2: Ablauf einer inhaltlich strukturierten Inhaltsanalyse (Kuckartz, 2014: 100).....	52

## 10 Anhang

### 10.1 Gesprächsleitfaden Gruppendiskussionen

#### **Leitfaden für die Gruppendiskussion**

#### **Studie Politischen Meinungsbildung bei Jugendlichen: Die Rolle der Medien in der politischen Meinungsbildung der Jugendlichen**

---

##### **Einstieg**

- Danke, dass ihr euch heute Zeit genommen habt.
- Bevor wir mit dem Gespräch beginnen, müsst ihr mir bitte noch einen kurzen allgemeinen Fragebogen ausfüllen.
- Ihr habt im Fragebogen bereits gesehen, dass es um Mediennutzung und auch politische Themen geht. Und, dass bereits zwischen „klassischen und traditionellen“ Medien, wie Zeitungen und „neuen“ Medien, wie Social Media unterschieden wurde.

##### **Zur Gruppendiskussion – Allgemeine Information**

Das Gespräch wird aufgezeichnet – aber natürlich komplett anonymisiert. Das bedeutet, dass niemand wissen wird wer genau was erzählt hat. Die Daten werden nur für den wissenschaftlichen Zweck, in diesem Fall meine Master Arbeit, verwendet. Alles wird vertraulich behandelt. Weder eure Eltern, eure Lehrerinnen und Lehrer noch eure Schulkolleginnen und Schulkollegen wissen, was ihr uns genau erzählt. Darum bitte ich euch, dass auch ihr vertrauensvoll damit umgeht, was heute besprochen wird. Ihr dürft heute ganz frei von euren persönlichen Erfahrungen erzählen. Falls euch etwas stört oder euch etwas unangenehm ist, könnt ihr natürlich jederzeit das Gespräch abbrechen und den Raum verlassen – das ist kein Problem. Ich freue mich auf eure Meinungen!

1) Wenn euch ein bestimmtes Thema interessiert, wie informiert ihr euch darüber?

- Greift ihr auf das Internet zurück oder informiert ihr euch auch über Fernsehen, Zeitungen oder Zeitschriften?
- Gibt es bestimmte Themen, über die ihr euch lieber bei euren Eltern, der Familie oder Freunden informiert?
- Wenn ihr Zeitungen lesen wollt, woher bekommt ihr diese dann?

## **Hauptteil: Politik, Wahlen und Meinungsbildung**

Jetzt möchte ich gerne mit euch darüber sprechen, wie ihr Medien nutzt, um euch politisch zu informieren – besonders vor Wahlen. Aktuell sind zum Beispiel die EU-Wahlen ein Thema, das von vielen Medien aufgegriffen wird. Zur Info: Ihr müsst mir nicht mitteilen, welche Parteien beziehungsweise Politiker ihr gewählt habt.

- 2) Wie denkt ihr darüber, dass ihr in Österreich (und europaweit) schon mit 16 Jahren, anstatt mit 18 Jahren wählen dürft?
  - Findet ihr, dass man mit 16 Jahren schon bereit ist wählen zu gehen?
  - Sollte in ganz Europa das Wahlalter auf 16 Jahre gesenkt werden? Begründung.
- 3) Falls ihr schon einmal gewählt habt, woher wusstet ihr, welche Partei beziehungsweise welche Politikerin oder welchen Politiker ihr wählen möchtet?
  - Wie und wo habt ihr euch dazu informiert? Welche Erfahrungen habt ihr dazu gemacht?
  - Wann wusstet ihr, welche Politikerin oder welchen Politiker bzw. welche Partei ihr wählen werdet? Gab es einen „ausschlaggebenden Moment“?
- 4) Falls ihr noch nicht gewählt habt, wie würdet ihr euch vor einer Wahl informieren?
  - Würdet ihr eher zu traditionellen oder sozialen Medien greifen? Warum?
- 5) Welche Rolle spielen Medien bei der Informationsbeschaffung von politischen Themen für euch?
  - Wann greift ihr eher zu Tageszeitungen, wann zu sozialen Medien?
  - Habt ihr euch zum Beispiel für die EU-Wahl 2019 informiert – wenn ja wie?
- 6) Fühlt ihr euch in den Medien gut vertreten, gibt es genügend „junge Stimmen“ in den Medien?
  - Sind politische Themen auch für Jugendliche gut aufbereitet?
  - Wie würdet ihr euch wünschen, dass politische Themen für eure Altersgruppe dargestellt werden?
- 7) Abseits von Medien, wie informiert ihr euch sonst über politische Themen?
  - Redet ihr auch mit euren Eltern oder eurer Familie über Politik? Beantworten sie euch Fragen zu politischen Themen?
  - Inwiefern informiert euch die Schule über Politik?

- 8) Gibt es bestimmte Quellen (darunter können auch Familie oder Freunde fallen), denen ihr eurer Meinung nach besonders vertrauen könnt?
- Was macht für euch eine vertrauenswürdige Quelle aus? Welcher Quelle würdet ihr eher nicht vertrauen und wieso?
- 9) Wie geht ihr generell mit eurer „politischen Meinung“ um?
- Tauscht ihr euch auch mit Freunden über politische Themen aus – und warum?
  - Teilt ihr eure politischen Meinungen auch online? Wenn ja, wie? Öffentlich oder privat über Chats? Was motiviert euch dazu?

**Abschluss: Weitere Fragen**

- 10) Gibt es noch Themen, die wir heute nicht behandelt haben, die noch zu den besprochenen Themen passen?
- 11) Wollt ihr noch etwas zum besprochenen Thema sagen?

*Danke für eure Teilnahme – ihr habt mir wirklich sehr geholfen!*

## 10.2 Begleitender Fragebogen zur Gruppendiskussion

### Fragebogen

---

1) Geschlecht:

- Weiblich
- Männlich
- Sonstiges

2) Alter:

- \_\_\_\_\_

3) Welche traditionellen Medien benützt du? *(Mehrfachantworten möglich)*

- Zeitungen
- Fernsehen
- Radio
- Zeitschriften/Magazine
- Sonstige: \_\_\_\_\_

4) Welche sozialen Medien benützt du? *(Mehrfachantworten möglich)*

- Facebook
- WhatsApp
- Instagram
- Snapchat
- Twitter
- Sonstige: \_\_\_\_\_

5) Habt ihr schon einmal bei einer politischen Wahl teilgenommen?

- Ja
- Nein

Wenn ja, bei welcher Wahl bzw. bei welchen Wahlen?

- \_\_\_\_\_

6) Wo informierst du dich am liebsten über bestimmte Themen? *(Mehrfachantworten möglich)*

- Klassische Medien
- Soziale Medien
- Eltern und / oder Familie
- Freunde
- Sonstiges: \_\_\_\_\_

7) Bist du Mitglied einer (politischen) Organisation oder einer politischen Partei?

- Ja
- Nein

### 10.3 Transkriptionen

Die vollständigen Transkriptionen der Gruppendiskussionen befinden sich in einem separaten Dokument. Dieses liegt bei der Verfasserin dieser Arbeit sowie ihrer Betreuerin auf.

## 10.4 Codebook

Hauptkategorie	Subkategorie	Beschreibung und Anwendungen	Beispiel Kodierungen
<b>Persönliche Informationsquelle</b>		Hier werden alle Aussagen über die persönlichen Informationsquellen der Jugendlichen kodiert. Sie sind angelehnt an die Sozialisationsinstanzen.	C4: Ich informiere ich auch über klassische Medien zum Beispiel eh Zeitungen oder Internet. Aber auch über Freunde.
	<i>Familie</i>	Aussagen über Eltern, Geschwister, Großeltern oder Verwandte der befragten Jugendlichen.	A2: Ja oder wenn es halt auch ein Thema ist, wo sich meine Eltern auskennen und die sind grad daneben, dann frage ich meine Eltern.  A3: Ich hab auch sowas, man hört auch so Familienmäßig ... Das ist auch ein großer Einflussfaktor finde ich. Also nicht so extrem, ich mache jetzt nicht das was meine Mama macht. Aber ich finde schon, dass das ein Einflussfaktor ist. Also und ich habe auch diese Wahlkabine im Internet gemacht.  C3: Also ich rede mit meiner Familie nicht so viel über Politik. Deshalb krieg ich das von daheim nicht so mit, also das ist von meiner eigenen Einstellung herausgekommen. Ich weiß nicht, was meine Eltern wählen, also ich lasse mich da nicht so beeinflussen über das.
	<i>Peer-Group</i>	Statements der Jugendlichen über ihre Freunde bzw. Peer-Group oder Klassenkolleginnen und -kollegen als Informationsquelle.	A4: Ja, oder Freunde, wenn die sich auskennen, wenn es ein Thema ist, wo wer anderer mehr Erfahrung hat oder so.  C4: Ich würde sagen Fernsehen. Und auch in der Schule so. Also unter Freunden haben wir eigentlich immer so geredet, was grad so passiert und ja.
	<i>Vertrauen</i>	Wie werden die persönlichen Informationsquellen hinsichtlich des Vertrauens bewertet.	G2: Ja, ich finde schon ... also es gibt schon Leute, denen ich halt blind vertraue, wenn sie mir was erzählen über Politik oder irgendwelche Fakten, weil ich weiß, dass sie keinen Blödsinn erzählen.  Interviewerin: Wer wäre das zum Beispiel?

			G2: Ja, Freunde die extrem gscheit sind oder ich weiß nicht, mein Opa oder solche Leute, die sich einfach voll auskennen und die das auch extrem verfolgen. Und ja, aber meistens ist es so, dass ich es abgleiche, stimmt das eh und das und das und das.
<b>Mediale Informationsquelle</b>		Hier werden alle Aussagen über die medialen Informationsquellen der Jugendlichen kodiert. Die Kategorie wird in traditionelle Medien, soziale Medien exkl. WhatsApp, WhatsApp und Suchmaschinen geteilt.	A2: Wir haben halt über die Schule, eben über Deutsch, mitbekommen, welche Medien vertrauenswürdig sind.  C2: Also es gibt ja immer kurz vor den Wahlen diese Wahlduelle auch im Fernsehen oder so. Das ist auch sehr interessant. Oder die verschiedenen Zeitungen. Und auch wenn eine Partei in Frage kommt, deren Website.  C3: Ich glaube, wenn viele falsche Informationen auch die Runde machen, sag ich mal. Weil auf Instagram und überall, da kann irgendwas stehen. Und Zeitungen kann man eher vertrauen, ja.
	<i>Traditionelle Medien</i>	Aussagen zu Zeitungen, Fernsehen oder Radio; Wie nehmen Jugendliche diese Medien wahr, wie sehr vertrauen sie ihnen.	A5: Und dann habe ich eine Zeitung, den Ybbstaler (Anm. lokale Wochenzeitung) und da ist nichts Interessantes drinnen, nur die Leute, die sowieso ständig drinnen sind.  A1: Ja ZIB schaue ich, Radio höre ich eigentlich nicht.  A2: Man bekommt halt auch relativ viel mit nebenbei. Also bei mir zu Hause läuft auch meistens der Radio nebenbei. Und ja, dann ist halt alle halbe Stunde hört man ein bissl was dazu. Zeit im Bild fernsehen am Abend.  A4: Ich lese eigentlich nur die NÖN und den Ybbstaler. Aber sonst ... Ich weiß nicht, der Standard zum Beispiel sieht immer so fad aus, der ist immer so ... so alt sieht das aus.  C1: Meine Oma wohnt bei uns und die hat das Kronen Zeitung Abonnement, deshalb is eben auch immer eine Zeitung auch daheim.
	<i>Traditionelle Medien online</i>	Traditionelle Medien wie z.B. Zeitungen, die online, auch über Social Media, konsumiert werden, werden hier kodiert.	C2: Ich informiere mich auch im Internet, manchmal auch auf sozialen Medien. Twitter und auch Instagram gibts auch immer so diese Presse-Seiten.
	<i>Soziale Medien</i>	Facebook, Instagram, Snapchat, Twitter: Wie Jugendliche diese Medien	A3: Auf Insta ist bei mir immer diese Neos Werbung, ich weiß nicht warum.

	wahrnehmen, wie sehr sie ihnen vertrauen, wird hier kodiert.	<p>A2: Ich hab den Standard mal gehabt auf Instagram, aber ich glaub, das ich ihn nimmer habe.</p> <p>A1: Ich bin dem Strolz mal gefolgt für kurze Zeit, aber jetzt ist der Strolz leider ... nimmer da. Der hat immer so witzige Posts gehabt.</p> <p>A1: Auf Social Media ist halt viel Werbung, das muss man sich halt im Hinterkopf behalten. Das von den Parteien ist halt Werbung und es ist irgendwie keine sehr authentische Berichterstattung oder so. Weiß nicht, ob ich mich über Social Media informieren würde, glaube ich nicht.</p>
<i>WhatsApp</i>	WhatsApp unterscheidet sich hinsichtlich der Nutzung von den anderen sozialen Medien. Daher gibt es eine eigene Kategorie.	C4: Ja ich hab von Ö3 auch so ein Abo auf WhatsApp, also das man immer solche Newsflash bekommt. Und dann hab ich auf einmal so am Samstag so Vizekanzler tritt zurück ... Und dann denk ich mir so ok, und dann hab ich das gleich mal so in die Klassengruppe und so und dann haben wir eh schon da voll diskutiert und so. Und dann hat es eh schon voll angefangen in den Medien mit den ganzen Sondersendungen und alles Mögliche. Voll der Aufruhr eigentlich. Und ja, da hat man sich schon informiert über das.
<i>Internet allgemein</i>	Hier wird kodiert, wenn sich die Jugendlichen im Internet über Suchmaschinen wie Google oder den „News“ am Smartphone informieren	A5: Ja, also ich finde politische Themen, wenn ich mich wirklich politisch über etwas informieren möchte, wenn es eh gerade Wahl ist - dann hört man es eh überall. Und wenn ich mich jetzt über ein Thema konkret informieren möchte, dann schau ich im Internet.
<i>Influencer/Blogger</i>	Welche Rolle Influencer oder Blogger als Informationsquelle spielen, wie diese wahrgenommen werden, wird hier kodiert. Da Jugendliche diesen auf sozialen Medien folgen, ist diese Kategorie eine Unterkategorie von „Mediale Informationsquellen“.	<p>C4: Naja, ich folge eher so einer Bloggerin, aber die ist eher so auf Umwelt so also, die tut jetzt nicht so für die Grünen zum Beispiel so, aber das man sich da einsetzen soll. Und die hat glaube ich auch was gemacht, also in ihrer Insta-Story, dass sie halt Werbung für das gemacht hat, das man halt wählen gehen soll. Aber sich jetzt nicht zumindest für eine Partei oder so.</p> <p>E1: Und dann hab ichs erst so richtig gesehen, also von den berühmten halt, in ihren Geschichten oder so, da hat man das halt dann gesehen. Also die haben dann halt eher Werbung gemacht, dass man wählen gehen sollte.</p>
<i>Vertrauen</i>	Welchen persönlichen Informationsquellen hinsichtlich des Vertrauens bewertet.	F1: Ja, also bei so, vor allem bei Facebook gibt es einfach so viele Fake-Artikel. Also so nicht wirklich seriöse Webseiten.

			D1: Ja, die ORF-Seite ist auf jeden Fall vertrauenswürdig, denkt man halt.
	<i>Sonstiges</i>	Alle sonstigen Informationsquellen der Jugendlichen werden hier kodiert, z.B. wahlkabine.at	F4: Bevor ich ... also vor Wahlen mache ich immer so einen Test auf Wahlkabine.at, dann weiß ich auch gleich, welche Themen wichtig sind und auf was man schauen soll. Und wenn ich mir nicht 100 prozentig sicher bin, weil ... es hat eh jeder so eine Partei, die so circa zu einem passt. Und wenn ich mir nicht sicher bin, dann schau ich auch noch auf die Webseiten der Parteien nach, was die wirklich vorhaben.
<b>Thema Politik</b>		Hier werden allgemeine Aussagen, die die Jugendlichen zum Thema Politik getätigt haben, kodiert.	C2: Ich finds eigentlich auch wichtig, dass man sich so laufend informiert über die ganzen Geschehnisse. Dass du das Ganze einfach auch nicht so blockierst was so passiert, politisch auch wirtschaftlich finde ich ist das einfach wichtig in unserem Alter.  C1: Ich würde mir einfach wünschen, dass die Politiker nicht gegeneinander gehen, sondern ein Miteinander finden, weil das bringt uns überhaupt nichts, wenn sie sich da jetzt komplett streiten. Weil die will ich ja dann auch nicht wählen, wenn die mir dann nichts geben und einfach nur sagen, nein die wählts auf jeden Fall nicht. Also was bringt mir das. Weil momentan schauts nicht so aus als würde irgendwer mit irgendwem eine Koalition machen kann. Also ich hoff einfach, dass sie sich da einigen.
	<i>Politisches Interesse</i>	Aussagen über das politische Interesse der Jugendlichen werden hier kodiert.	D2: Ja das erste mal wo ich mich wirklich politisch informiert habe war wirklich wie ich dann wirklich in Nationalratswahlen das erste mal wählen gegangen bin. Weil ich mir einfach gedacht habe, ja es ist schön, dass wir wählen dürfen, das wir die Möglichkeit dazu haben. Das nutze ich auch. Habe ich mich dann schon informieren müssen, was genaue wähle ich da. Weil ich nicht einfach irgendwas ankreuzen wollte. Weil das halt auch nicht gut ist.
	<i>Wählen mit 16</i>	Die Meinungen der Jugendlichen zum Thema „Wählen ab 16“, werden hier kodiert.	A2: Naja, eigentlich ist es ja unsere Zukunft, wenn man das so sieht. Und ja, wenn dann ... naja die 2 Jahre, weiß jetzt nicht, ob das wirklich so viel ausmacht, wenn es ab 18 ist oder so, aber eigentlich fände ich, wenn man jünger ist, es schon besser.  C1: Also ich finds gut, dass man mit 16 schon wählen darf. Weil es sind, es geht uns die jungen Leute ja was an. Weil im Endeffekt, wir werden ja dann ... wir müssen am stärksten davon leben

			dann, das hat ja Auswirkungen von ein paar Jahren. Und deswegen find ichs gut, dass man schon so jung wählen darf und mitreden kann, das ist meistens besser. Auch wenns von verschiedenen Altersgruppen schon Meinungen gibt und nicht nur von den über 18.
<b>EU-Wahl 2019</b>		Hier werden die Aussagen der zur, und die Wahrnehmung über die EU-Wahl kodiert.	F2: Nein. Also schon bewusst. Weil EU-Wahl ist ja wieder nochmal was komplett anderes wie ... also wenn jetzt Nationalratswahl oder so wäre, dann hätte ich nicht drüber nachdenken müssen wirklich, was ich jetzt wähle. Aber EU ist halt schon ein anderes Gebiet wieder. Und da habe ich noch keinen Plan gehabt eigentlich wie.
	<i>Wahlwerbung</i>	Hier werden alle Aussagen zur Wahrnehmung von Wahlwerbung der Jugendlichen zur EU-Wahl 2019 kodiert.	A1: Ich weiß nicht, aber ich würde nie so Wahlwerbung, die ich auf Sozialen Medien bekomme, ernst nehmen.  G4: Ja ich finde auch, dass die Parteien auf YouTube mit der Werbung immer übertreiben. Zum Beispiel die FPÖ-Werbung, das finde ich, dass das irgendwie ungerecht ist.
	<i>Informationsverhalten</i>	Wie sich Jugendliche im Zuge der EU-Wahl 2019 informiert haben, wird hier kodiert.	A1: Also ich hab mich eigentlich in erster Linie übers Fernsehen informiert. Weil halt mit den ganzen Elefantenrunden. Also das habe ich mir immer eigentlich bei den meisten Wahlen vorher angeschaut. Und das ist eigentlich auch immer recht informativ finde ich, weil die auch direkt auch immer sagen, was die vorhaben und so. Also das wäre eigentlich meine hauptsächliche Informationsquelle.  C1: Ok, also wir haben in der Schule sehr viel darüber gesprochen. Über die einzelnen Parteien. Und ich hab mich hauptsächlich über das und über Freunde informiert. Und ich hab dann auch die einzelnen Parteien gegoogelt, wo ich vorher schon gewusst habe, die kommen in Frage, für mich. Und dann hab ich halt so drüber entschieden dann.
	<i>Moment der Wahlentscheidung</i>	Hier wird kodiert, wann sich die Jugendlichen für eine Partei bzw. eine Politikerin oder einen Politiker entschieden haben.	C2: Ja bei mir war es diesmal auch so. Ich hab mich in der Wahlkabine entschieden, wen ich wähle.  C1: Also bei mir war es so: Ich habe zwei Parteien gehabt und ich hab mich dann spontan entschieden, welche von den zwei ... Die waren von mir jetzt, vom persönlichen her war es mir jetzt egal, wer von denen die meisten Stimmen bekommt. Also es ... ich hab mir gedacht, für mich

			ist es gut, wenn beide recht viel kriegen. Deswegen war es für mich relativ egal für mich. Deshalb hab ich mich dann spontan für eine entschieden von denen.
<b>Politische Meinung</b>		Wie Jugendliche mit ihrer persönlichen politischen Meinung umgehen bzw. ob und wie sie diese teilen wird hier kodiert.	A5: Ja ich glaub auch, dass die Politik halt ein zu persönliches Thema ist. Du kannst das persönliche da leider nicht herauslassen. Auch wenn du sagst ich bin offen - ich lasse mich nicht angreifen, musst du auch nicht. Aber die Stimmung dadurch ist geknickt. Auch wenn wer zu dir sagt, ja finde ich jetzt eigentlich nicht so ... gerade bei Leuten die viel Emotionen zeigen und das nicht so straight abnehmen, generell nicht nur politische Themen, tun sich da recht schwer. Auch wenn sie sagen sie fühlen sich nicht angegriffen, das ist einfach, du bist geknickt.
	<i>Soziale Medien</i>	Wie Jugendliche zum Teilen politischer Meinungen und Inhalte auf sozialen Netzwerken stehen, wird hier kodiert.	A1: Oder so Volksbefragungen oder so ... also sowas teile ich zum Beispiel
	<i>WhatsApp</i>	Ob und wie sich Jugendliche über WhatsApp über politische Meinungen austauschen, wird hier kodiert.	D2: Es wird aber auch teilweise so gemacht, dass teilweise Facebook-Posts dann irgendwie auf WhatsApp oder so weitergeschickt werden.
	<i>Face-to-Face</i>	Hier wird kodiert, ob und wie politische Themen im persönlichen Gespräch diskutiert werden.	C4: Also auf Social Media so fällt mir jetzt nichts ein, wie ich meine Meinung teile. Aber unter Freunden und Familie schon eigentlich ganz offen.
<b>Politischer Diskurs in der Schule</b>		Hier werden die Aussagen der Jugendlichen zum politischen Diskurs in der Schule kodiert.	A5: Also ich finde, dafür, dass das Thema bei uns in Österreich so groß ist und es eh 24/7 darum geht, wird es viel zu wenig in der Schule angeschnitten. Du lernst Sachen, die eh auch wichtig sind. Aber da ist halt, dass du politisch gebildet bist, das du weißt, wo was entschieden wird, was dann eigentlich auch beeinflusst. Da finde ich, lernt man viel zu wenig.
	<i>Podiums-diskussionen</i>	Alle Aussagen zu den Podiumsdiskussionen in den Schulen werden hier kodiert.	G3: Ich finde solche Diskussionen eigentlich voll gut, weil so bekommt man ein bisserl was mit und man sieht, zu was für einer Partei man sich hingezogen fühlt. Und ja, im Unterricht lernt man ja auch ziemlich viel drüber. Ja und da diskutiert man auch öfters und redet drüber.

	<i>Politische Bildung</i>	Wie Jugendliche politische Bildung in ihrer Schule wahrnehmen und welche Meinungen sie dazu haben, wird hier kodiert.	A1: Es sagt jeder, ja du musst dich politisch bilden, weil du hast das Wahlrecht - du musst dich politisch bilden. Und dann fragt man oft irgendwelche 30-Jährigen, die haben keinen Dunst. Es tut mir leid, wenn ich das jetzt so sage, aber das ist ja wirklich so.
<b>Ibiza-Skandal</b>		Hier werden die Meinungen und Aussagen der Jugendlichen zum Ibiza-Skandal kodiert.	<p>C1: Also ich habs eigentlich eh, also man hat es eigentlich sofort von den Medien erfahren. Eigentlich, das war überall. Auf Instagram, Twitter ... vor allem auf Twitter, da ist sofort der Ansturm gekommen am Handy. Also ich habs mir dann auch sofort angeschaut. Und es hat auch sehr viele Memes drüber gegeben.</p> <p>C2: Doch, also es ist halt eben auf Twitter auch gleich irgendwie so explodiert und so. Da hat man es schon schnell erfahren.</p> <p>C4: Ja ich hab von Ö3 auch so ein Abo auf WhatsApp, also das man immer solche Newsflash bekommt. Und dann hab ich auf einmal so am Samstag so Vizkanzler tritt zurück ... Und dann denk ich mir so ok, und dann hab ich das gleich mal so in die Klassengruppe und so und dann haben wir eh schon da voll diskutiert und so. Und dann hat es eh schon voll angefangen in den Medien mit den ganzen Sondersendungen und alles Mögliche. Voll der Aufruhr eigentlich. Und ja, da hat man sich schon informiert über das.</p>

## 10.5 Genehmigung der Bildungsdirektion Niederösterreich

Alle im Zuge des Genehmigungsverfahrens der Gruppendiskussionen benötigten Dokumente befinden sich in einem separaten Dokument. Dieses liegt bei der Verfasserin dieser Arbeit sowie ihrer Betreuerin auf.

## 11 Abstracts

### 11.1.1 Deutsch

Wie kommt die politische Meinung Heranwachsender zustande? Und welche Rolle übernehmen dabei traditionelle oder soziale Medien? In dieser qualitativen Arbeit wird das breite Themengebiet rund um Jugendliche, Politik und Medien behandelt. Das kommunikationswissenschaftliche Forschungsinteresse ergibt sich unter anderem aus dem hohen Stellenwert der Medien im Alltag der Jugendlichen. Die Arbeit baut auf den Erkenntnissen auf, dass Jugendliche zunehmend auf Social Media als Informationsquelle zurückgreifen und sie traditionelle Medien (z.B. Zeitungen) nur dann konsumieren, wenn diese gerade praktisch vorhanden sind. Ferner bildet die Wahl zum Europaparlament im Mai 2019 den Rahmen um diese Arbeit. Die Vorkommnisse des „Ibiza-Skandals“ werden aufgrund der großen medialen Präsenz ebenso kurz behandelt. Im Literatur- und Theorieüberblick wird auf die komplexen Prozesse der politischen Meinungs- und Identitätsbildung eingegangen. Einen wichtigen theoretischen Baustein bildet die Sozialisationstheorie bzw. die Rolle der Medien in der jugendlichen Sozialisation. Aufgrund des Forschungsinteresses dieser Arbeit wird ein größeres Augenmerk auf die Sozialisationsinstanz Medien gelegt. Der aktuelle Forschungsstand beschäftigt sich näher mit der Mediennutzung der Jugendlichen. Besprochen wird Medienkompetenz in Zeiten sozialer Medien sowie auch die Rolle des Web 2.0 in der Demokratie. Themen, die Jugendliche und Politik im Allgemeinen betreffen, wie beispielsweise Politische Bildung, politisches Interesse, Partizipation oder die Europäische Union, sind ebenso Teil dieser Arbeit. Im Zentrum des empirischen Teils der Masterarbeit steht die leitende Forschungsfrage *„Wie informieren sich Jugendliche im wahlfähigen Alter über politische Themen?“*. Für die Beantwortung dieser wurde ein qualitativer Zugang mittels Gruppendiskussionen gewählt. Insgesamt wurde mit 33 Jugendlichen, zwischen 16- und 19-Jahren, in sieben Gruppen gesprochen. Die Transkripte aus den Gruppendiskussionen wurden mittels der inhaltlich strukturierenden Inhaltsanalyse nach Kuckartz ausgewertet.

Obwohl häufig von einer „politikverdrossenen Jugend“ gesprochen wird, zeigte sich in den Gesprächen mit den jungen Wählerinnen und Wählern, dass sie durchaus politisch interessiert sind. Obwohl Social Media im Alltag eine große Relevanz für sie darstellen, greifen die jungen Wählerinnen und Wähler gerade bei politischen Themen auf traditionelle Medien zurück. Neben den besprochenen Fernseh-Diskussionen vor Wahlen, informieren sie sich auch über die von den Schulen angebotenen Podiumsdiskussionen sowie bei ihren Eltern. Generell spielen die bereits im Literaturüberblick besprochenen Sozialisationsinstanzen eine wichtige Rolle im Prozess der Meinungsbildung der Jugendlichen.

### 11.1.2 English

How do adolescents form their political opinion? And how important are traditional or social media? This qualitative study deals with the broad subject of adolescents, politics and media. The research interest is based on the high significance of the media in the everyday life of adolescents. Research shows that young people are increasingly using social media as a source of information, and that they only consume traditional media (e.g. newspapers) when they are conveniently available. The election of the European Parliament in May 2019 forms one important framework of this Thesis. Also, because of its high media presence, the "Ibiza Scandal" is being discussed shortly. The literature and theory overview deals with the complex processes of political opinion and identity formation. An important theoretical part of this thesis is the socialization theory and the role of media in adolescent socialization. Due to the research interest of this Masters-Thesis, a greater focus is being placed on the socialization agent media. The current state of research deals more closely with the media usage of young people. Media literacy in times of social media as well as the role of Web 2.0 in democracy are being discussed. Topics that concern young people and politics in general, such as political education, political interest, participation or the European Union, are also part of this study. The empirical part of the Masters-Thesis centers around the leading research question "How do adolescents of voting age inform themselves about political issues?". To answer these, a qualitative approach which focus groups was selected. In total, 33 teenagers between the ages of 16 and 19 years were interviewed in seven groups. The transcripts from the focus discussions were evaluated by a structured content analysis according to Kuckartz.

Although adolescents are sometimes described as "politically apathetic", the discussions with the young voters revealed that they are in fact politically interested. Although social media has a great relevance to them in their everyday lives, teenagers are resorting to traditional media, especially when it's regarding political issues. Among other things, popular sources of information are television discussions, panel discussions offered by their schools as well as their parents. In conclusion, the socialization agents – which have been discussed in the literature review – play an important role in the process of forming opinions among adolescents.