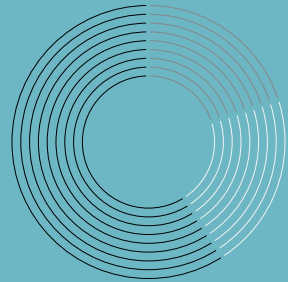


Wie bewerten junge Menschen personalisierte Onlinemedien?

Ergebnisse einer Repräsentativbefragung





TAB-Sensor

Die Reihe TAB-Sensor stellt regelmäßig gesellschaftliche Wahrnehmungen, Bewertungen und Sichtweisen zu Fragen des wissenschaftlich-technischen Fortschritts vor. Grundlage sind empirische Erhebungen bei gesellschaftlichen Stakeholdern, die nach wissenschaftlichen Standards entwickelt und ausgewertet werden. Der TAB-Sensor ergänzt die Publikationsformate TAB-Fokus, TAB-Bericht und TAB-Brief des Büros für Technikfolgen-Abschätzung beim Deutschen Bundestag (TAB).

Personalisierte Onlinemedien – oft genutzt, ambivalent bewertet

Suchmaschinen, soziale Medien, Video- und Nachrichtenportale bieten insbesondere für junge Menschen einen wichtigen Zugangsweg zu Informationen aus Politik und Gesellschaft. Informationsintermediäre wie Google und Facebook ergänzen das Angebot klassischer massenmedialer Nachrichtenanbieter nicht nur, sondern ersetzen es teilweise sogar. Mittels algorithmenbasierter Verfahren wird dabei für jede Nutzerin und jeden Nutzer eine personalisierte Nachrichtenauswahl zusammengestellt. Dafür greifen die Intermediäre auf zuvor gesammelte Daten wie Interessen- und Freundeslisten, gespeicherte Suchanfragen oder aufgerufene Nachrichtenartikel zurück.

Doch welche Folgen hat der Einsatz von Algorithmen für die Meinungsbildung? Darüber wird in Wissenschaft, Politik und Zivilgesellschaft debattiert.

Dieser TAB-Sensor nähert sich dem Thema aus der Perspektive junger Menschen und behandelt Fragen zur Nutzung: Ist ihnen bekannt, dass Algorithmen über die Auswahl der angezeigten Meldungen entscheiden? Wie beurteilen sie die Personalisierung der Nachrichtenauswahl? Und welche Erwartungen stellen sie an Onlinenachrichten?

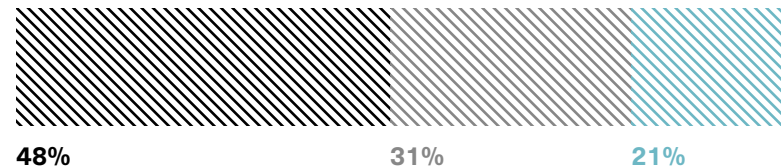
Die bundesweite Repräsentativbefragung unter jungen Menschen stellt einen Baustein der Untersuchung des TAB zum Thema »Algorithmen in digitalen Medien und ihr Einfluss auf die Meinungsbildung« dar. Die Ergebnisse helfen dabei, Handlungsempfehlungen für die Abgeordneten des Deutschen Bundestages zu formulieren.

Jeder zweite junge Mensch nutzt Informationsintermediäre* täglich, um sich über Nachrichten zu informieren

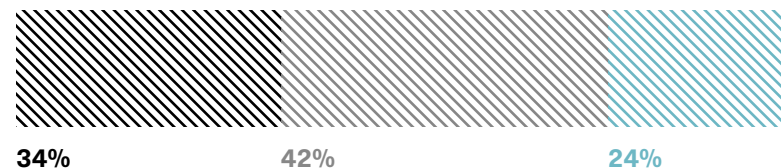
Frage Wie häufig nutzen Sie die folgenden Medien, um sich über Nachrichten aus Politik und Gesellschaft zu informieren?

* Onlineangebote, die von Dritten erstellte Inhalte präsentieren und häufig Funktionen der Personalisierung integrieren. Dazu zählen soziale Medien, Suchmaschinen, Videoportale und Nachrichtenaggregatoren.

Informationsintermediäre, teilweise mit Personalisierungsfunktion



Klassische Medien (Fernsehen, Radio und Printmedien) inkl. deren Internetangebote



Sprachassistenten



Podcasts



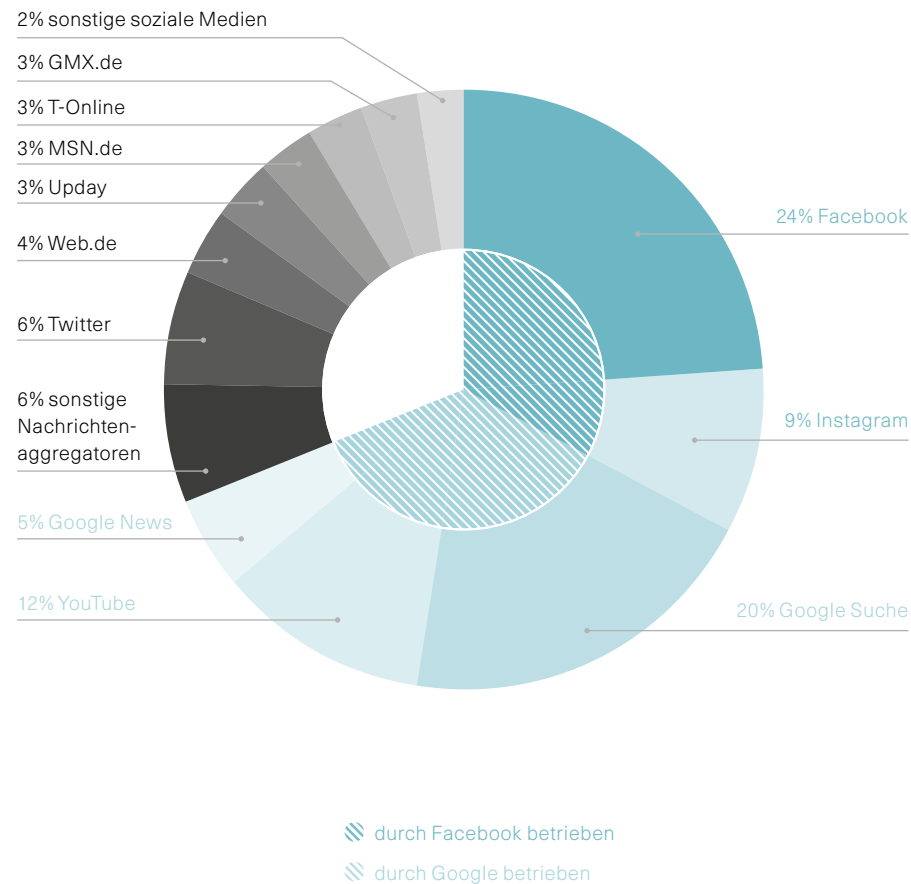
- mindestens einmal täglich
- seltener als einmal täglich
- nie

Facebook und Google werden unter den Informationsintermediären am häufigsten als Nachrichtenquelle genutzt

Frage Welche Seite im Internet oder welche App nutzen Sie am häufigsten, um sich über Nachrichten zu informieren?

Ich nutze vier oder fünf Nachrichten-Apps ... am Smartphone unterwegs und auch am Computer zu Hause.

— Interviewteilnehmerin, 21 Jahre



Die personalisierte Auswahl von Inhalten ist jeder fünften Person neu

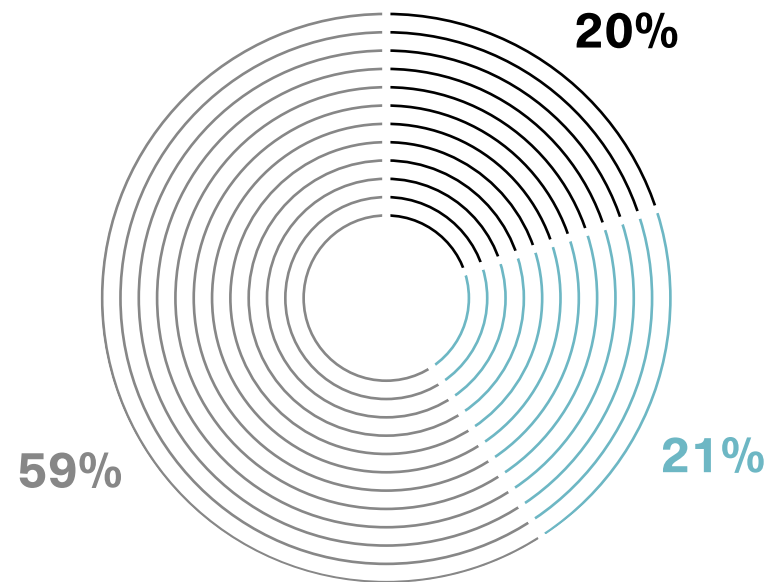
Frage

Viele Suchmaschinen, soziale Netzwerke und Nachrichtenanbieter im Internet treffen je nach Nutzer bzw. Nutzerin eine Vorauswahl darüber, welche Meldungen und Beiträge angezeigt werden. Dies geschieht automatisch und anhand Ihrer persönlichen Nutzungsdaten, beispielsweise Ihres Surfverhaltens oder Ihrer Interessen- oder Freundeslisten.

Haben Sie davon bereits gehört?

Mir ist klar, dass das, was ich über Twitter konsumiere, kein Gesamtbild darstellt. Ob man das »verzerrt« oder »gefiltert« nennt, läuft für mich fast auf dasselbe hinaus.

— Interviewteilnehmerin, 19 Jahre



- Ja, ich habe mich bereits über dieses Thema informiert.
- Ja, ich habe davon gehört.
- Nein, das ist mir neu.

Die Kenntnis von Personalisierungsfunktionen steigt mit dem Bildungsabschluss

Frage

Viele Suchmaschinen, soziale Netzwerke und Nachrichtenanbieter im Internet treffen je nach Nutzer bzw. Nutzerin eine Vorauswahl darüber, welche Meldungen und Beiträge angezeigt werden. Dies geschieht automatisch und anhand Ihrer persönlichen Nutzungsdaten, beispielsweise Ihres Surfverhaltens oder Ihrer Interessen- oder Freundeslisten.

Haben Sie davon bereits gehört?

Es ist schon so, dass sich das Tablet mein Profil merkt – und klar kommt dann eher das, was mich interessiert.

— Interviewteilnehmerin, 21 Jahre

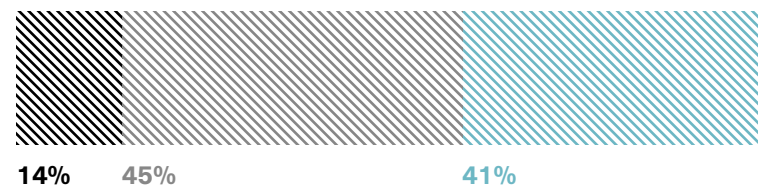
Befragte mit Abitur/Fachabitur (n = 446)






Befragte mit Realschulabschluss (n = 298)



Befragte mit Hauptschulabschluss (n = 71)



-  Ja, ich habe mich bereits über dieses Thema informiert.
-  Ja, ich habe davon gehört.
-  Nein, das ist mir neu.

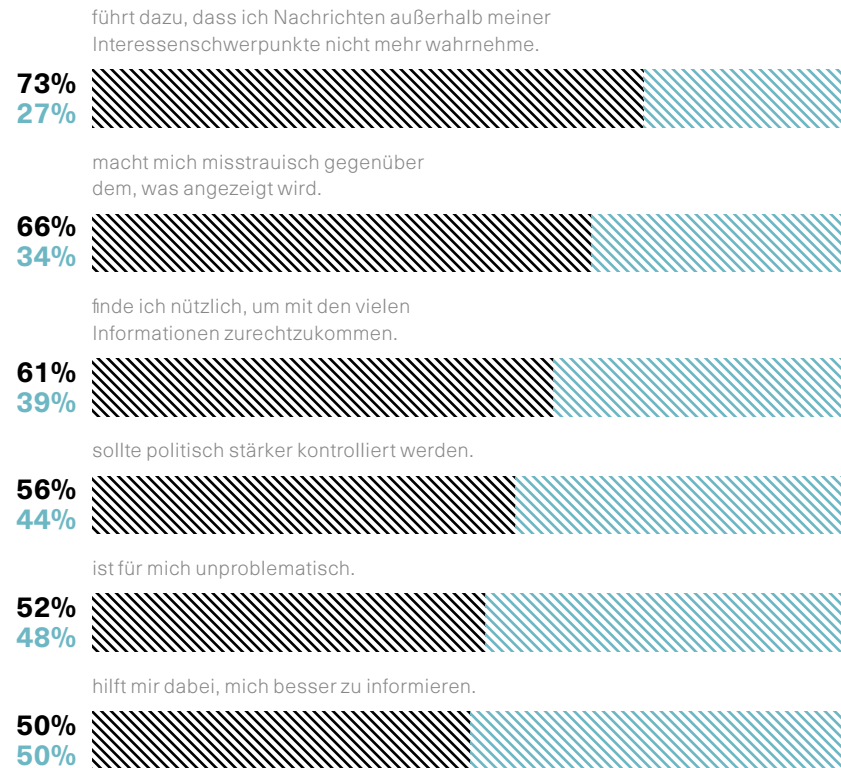
Die personalisierte Auswahl von Inhalten wird ambivalent beurteilt

Frage Auf Internetseiten wie sozialen Netzwerken werden Ihnen also meistens nicht alle Inhalte angezeigt. Stattdessen wird anhand Ihrer persönlichen Nutzungsdaten eine Vorauswahl von Beiträgen und Meldungen getroffen. Diese automatische Vorauswahl wird derzeit in der Öffentlichkeit diskutiert.

Eine automatische Vorauswahl von Meldungen und Beiträgen anhand meiner persönlichen Daten ...

Ich verstehe oft nicht, warum ich etwas nicht mitbekommen habe, aber an sich macht Facebook einen ganz guten Job. Es ist meistens das, was mich interessiert.

— Interviewteilnehmer, 19 Jahre



▨ stimme zu

▨ stimme nicht zu

Personen, die sich auch über klassische Medien informieren, bewerten Personalisierungsfunktionen häufiger negativ

Frage

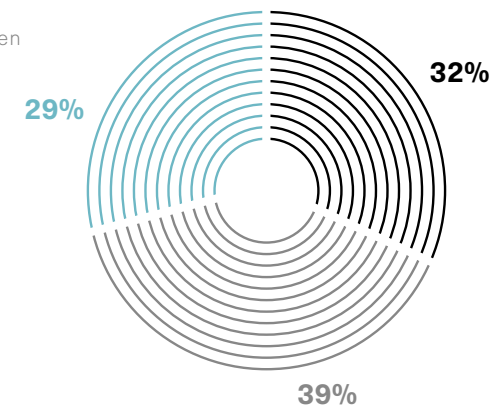
Auf Internetseiten wie sozialen Netzwerken werden Ihnen also meistens nicht alle Inhalte angezeigt. Stattdessen wird anhand Ihrer persönlichen Nutzungsdaten eine Vorauswahl von Beiträgen und Meldungen getroffen. Diese automatische Vorauswahl wird derzeit in der Öffentlichkeit diskutiert.

Eine automatische Vorauswahl von Meldungen und Beiträgen anhand meiner persönlichen Daten ...

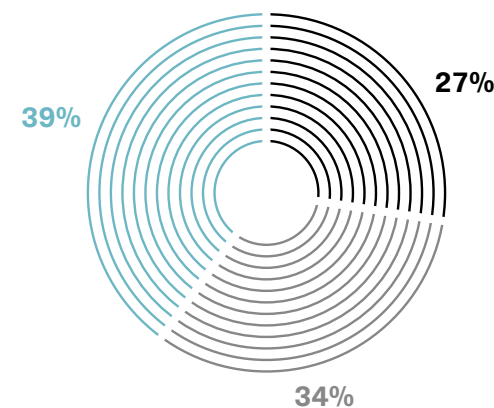
Google ist hoch personalisiert und ich finde es zwar nützlich, aber es erschwert es auch, aus der Filterblase zu entkommen.

— Interviewteilnehmer, 23 Jahre

Personen, die ausschließlich Informationsintermediäre nutzen
(n = 298)



Personen, die zusätzlich die Angebote klassischer Medien nutzen
(n = 384)



- ☉ beurteile ich eher positiv
- ☉ teils, teils
- ☉ beurteile ich eher negativ

Basis: deutsche Wohnbevölkerung zwischen 16 und 23 Jahren (n = 682); die Differenz zur Anzahl aller Befragten ergibt sich durch fehlende Antworten.

Eine ausgewogene Berichterstattung ist das wichtigste Kriterium für Onlinenachrichten

Frage Welche Nachrichten aus Politik und Gesellschaft sind für Sie im Internet wichtig?

Das Aktuellste kommt immer von alleine auf einen zu. Andere Sachen muss man schon selber recherchieren, da sie von den Nachrichtenseiten vergessen werden.

— Interviewteilnehmer, 19 Jahre

Nachrichten, die ...
unterschiedliche Positionen darstellen.



durch professionelle Journalistinnen oder Journalisten erstellt wurden.



vor allem meine persönliche Meinung widerspiegeln.



mir durch Familienmitglieder, Freunde oder Bekannte empfohlen wurden.



▨ stimme zu

▨ stimme nicht zu

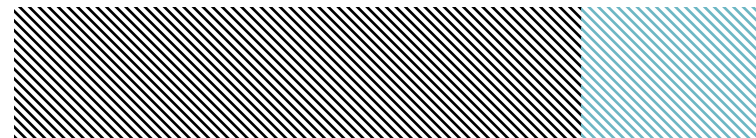
Junge Menschen bringen Nachrichten im Internet nur geringes Vertrauen entgegen

Frage Im Folgenden geht es um die Qualität von politischen und gesellschaftlichen Nachrichten im Internet. Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Ich rede auch viel mit Leuten über Politik, früher war das meine Hauptquelle. Dann habe ich gemerkt, dass ich viele Fakten selber checken muss damit ich weiß, woher meine Informationen kommen.

— Interviewteilnehmer, 21 Jahre

Ich weiß häufig nicht, ob ich einer Nachricht im Internet vertrauen kann.



74%

26%

Ich überprüfe oft den Wahrheitsgehalt einer Nachricht im Internet bei anderen Anbietern oder Quellen.



65%

35%

Ich vertraue eher Berichten von Augenzeugen in sozialen Netzwerken im Internet als Artikeln oder Meldungen in traditionellen Medien.



40%

60%

 stimme zu

 stimme nicht zu

Zusammenfassung

Für junge Menschen besitzen Informationsintermediäre als Nachrichtenquelle einen hohen Stellenwert. In der täglichen Nutzung liegen soziale Medien, Suchmaschinen, Videoportale und Nachrichtenaggregatoren deutlich vor den Angeboten klassischer Medien.

In der Gruppe der Informationsintermediäre nutzen zwei Drittel der Befragten am häufigsten Angebote, die durch Facebook oder Google betrieben werden. Der Kurznachrichtendienst Twitter wird sehr viel seltener genutzt.

Zwei von zehn Befragten ist nicht bekannt, dass viele Informationsintermediäre die Nachrichtenauswahl mittels Nutzungsdaten personalisieren. Sechs von zehn haben zwar davon gehört, sich aber noch nicht gezielt zu diesem Thema informiert. Das Wissen über die Personalisierung steigt mit dem Bildungsabschluss.

Die automatische Vorauswahl von Meldungen und Beiträgen anhand persönlicher Daten wird sowohl als Chance als auch als Risiko beurteilt. Obwohl drei Viertel der Befragten angeben, dass sie Informationen außerhalb ihrer Interessenschwerpunkte nicht mehr wahrnehmen, bestätigt immerhin jeder zweite junge Mensch, dass die Personalisierung hilft, sich besser zu informieren.

Drei von fünf Befragten halten es für wichtig, dass Nachrichten unterschiedliche Positionen darstellen. Nur knapp die Hälfte legt Wert darauf, dass Nachrichten von professionellen Journalistinnen und Journalisten erstellt werden.

Die Vertrauenswürdigkeit von Nachrichten in Onlinemedien wird häufiger als gering eingeschätzt. Allerdings gilt auch: Zwei von fünf Befragten vertrauen eher Augenzeugenberichten in sozialen Medien als Beiträgen in traditionellen Medien.

Studiensteckbrief

Grundgesamtheit	deutsche Wohnbevölkerung im Alter von 16 bis 23 Jahren
Anzahl der befragten Personen	998
Art und Zeitraum von der Befragung	repräsentative Onlinebefragung im Dezember 2017 Feldzugang über den Adressenpool eines Online-Accesspanels

Der Fragebogen ist einsehbar unter www.stakeholderpanel.de/sosci/nachrichten.

Die Zitate stammen aus Einzel- und Gruppeninterviews, die im Zeitraum Juli bis September 2017 mit 60 jungen Menschen im Alter von 19 bis 23 Jahren geführt wurden.



www.tab-beim-bundestag.de

