

DIE
ZUKUNFT
DER
MEDIEN...
DIE
MEDIEN
DER
ZUKUNFT

FOKUSGRUPPEN MIT JUNGEN MENSCHEN



Eidgenössische Medienkommission EMEK
Commission fédérale des média COFEM
Commissione federale die media COFEM

Methodik

Fokusgruppen

sind moderierte Gespräche mit wenigen Personen, die zu einem gegebenen Thema diskutieren und argumentieren.

Vorteile

- Interaktion
- Handlungsmotive kontextuell hinterfragen
- Dichte und diskursive Antworten

Nachteil

- zeitaufwändige und anspruchsvolle Analyse

Teilnehmende

6 Teilnehmerinnen

14 Teilnehmer

im Alter von 15 bis 33

...der Universitäten Fribourg und Zürich und der Berufsbildungsschule Winterthur

1 Moderatorin oder Moderator und 1 Person für das Protokoll

Resultate

Aktuelle Nutzung - Information

Was erwarten die Befragten von den Medien in Bezug auf Informationsvermittlung?

kurz, bündig und seriös:

„Beim SRF ist es das Problem, dass es immer extrem lange geht, bis man die wichtigsten Informationen geholt hat. Darum schaue ich eher auf einem App nach, was da gelaufen ist“ (Berufsschüler, 15)

Unterhaltung – Anything, anywhere, anytime

Welche Medien benutzt ihr für Unterhaltung?

Am meisten genannt werden: Facebook, Twitter, Instagram, tumblr, YouTube, Netflix, AmazonePrime, 20 Minuten und Blick.

*„Ich sehe Facebook nicht als Informationsplattform, das ist mehr so für Unterhaltung“
(Berufsschüler, 15)*

Sozialer Austausch – WhatsApp

Über welche Medien pflegt ihr Kontakte? Und wo tauscht ihr euch mit anderen aus?

Am meisten wird hierzu die App „WhatsApp“ benutzt. Facebook wird auch oft in diesem Zusammenhang erwähnt, verliert aber bei den jüngeren Befragten stark an Bedeutung.

Glaubwürdigkeit, Qualität, Vertrauen

Welchen Medien schenkt ihr euer Vertrauen? Welche Medien sind in euren Augen qualitativ hochwertig und glaubwürdig?

Hohe Glaubwürdigkeit hat die SRG:

*„Ich traue am ehesten der Tagesschau auf SRF“
(Berufsschüler, 15)*

Aber auch die klassischen Printmedien geniessen hohes Vertrauen:

„Ich denke, dass die Printmedien immer einigermaßen stimmen“ (Studentin aus FR, 21)

Bei Facebook oder YouTube ist Vorsicht geboten:

„Auf Facebook glaube ich nichts, bevor ich mich nicht weiter informiert habe“ (Studentin aus FR, 22)

Gratismentalität – Zahlungsbereitschaft

Wie viel bezahlt ihr für Informationen oder wie viel würdet ihr bereit sein zu bezahlen?

„Für Informationen würde ich eher nicht bezahlen. Für Unterhaltung schon“ (Berufsschüler, 16)

Praktisch niemand bezahlt momentan für Informationen. Würde man jedoch bezahlen, dann eher für eine Wochenzeitung, denn:

*„Für eine Tageszeitung hat eh keiner Zeit“
(Studentin aus FR, 23)*

Ambivalent ist auch die Einstellung gegenüber Pendlerzeitungen: Sie werden hinsichtlich ihrer Qualität kritisiert, aber dennoch:

*„Sie sind eben auch mega wichtig, weil sie so vielen Leuten Zugang zu Informationen ermöglichen“
(Studentin aus FR, 23)*

Chancen und Gefahren der digitalen Medien

Wie beeinflussen Algorithmen die öffentliche Meinungsbildung? Sind die daraus entstandenen Meinungsbubbles ein Problem?

Ob Algorithmen oder ein Journalist als Gatekeeper fungiert, spielt keine grosse Rolle, da:

*„(...) sich Menschen auch unabhängig der Robotersteuerung nur über ein Thema informieren können“
(Studentin aus FR, 22)*

Filterbubbles und Algorithmen können sowohl positive, wie auch negative Facetten aufweisen:

„Es ist gut und auch schlecht. Man erhält einerseits das, was man will, aber es ist auch schlecht, weil man dann nicht so weltoffen ist“ (Student aus ZH, 25)

Man kann sich diese Technologie aber auch zu Nutze machen:

„Man kann das Facebook-Profil mega personalisieren. Ich habe vor einem Jahr angefangen bewusst nur noch Seiten von bestimmten Personen zu liken, damit ich nur noch erhalte, was ich sehen will“ (Studentin aus FR, 23)

Zukunftsvisionen

Wie stellt ihr euch die Zukunft der momentan bestehenden Medien vor?

Zeitungen:

Kaum jemand geht davon aus, dass in zehn Jahren keine Papierprodukte mehr vorhanden sein werden:

„Es wird immer Leute geben, die lieber eine Zeitung in der Hand haben als ein Tablet“ (Student aus FR, 26)

Rundfunk:

Ebenfalls eine unbeschwerte Zukunft wird dem Radio als Begleitmedium zugeschrieben. Beim Fernseher gehen die Meinungen auseinander, von der zunehmenden Kommerzialisierung, bis zum Aussterben des linearen TV, ist alles dabei.

*„Lineares Fernsehen wird nur noch bei Katastrophen oder speziellen Ereignissen Verwendung finden“
(Student aus FR, 24)*

Neue Technologien:

Was genau kommen wird, weiss keiner, Hauptsache etwas:

„Wenn es SRF oder 20 Minuten nicht mehr geben würde, das wäre mit eigentlich egal. Hauptsache, es gibt noch irgendetwas“

(Berufsschüler, 15)

Am meisten Potential sehen die Befragten in Spracherkennungs- oder verarbeitungs-Software:

„In 10 Jahren ist es schon möglich, dass so ein Artificial-Intelligence-Sprachassistent zum Beispiel auch logisch denken und Zusammenhänge schaffen kann, so dass man wirklich mit ihm reden kann, wie mit einer Person“

(Student aus ZH, 25)

Worst-Case-Szenarien

Vor welcher Medienwelt fürchtet ihr euch in der Zukunft am meisten?
Verlust der Privatsphäre:

„Facebook und Google besitzen einen Grossteil meiner Daten, wer weiss, was die damit anstellen“ (Studentin aus FR, 21)

„Dass alles nur noch online ist, macht es auch anfällig von Hackern und so“ (Berufsschüler, 16)

Fehlende staatliche Internet-Regulierung:

Mit Regulierungsmassnahmen erhoffen sich die Befragten mehr Sicherheit, aber auch, dass das Internet an Bedeutung und Legitimität als Informationskanal gewinnt.

„Die Regulierung des Internets wurde verschlafen, das muss man jetzt ausbaden“ (Student aus FR, 33)

Offline-Welt als Worst Case:

Die meisten sind der Ansicht, das Internet erleichtere und verbessere das Leben enorm:

*„Ohne Internet würde es auch keine Zeitungen mehr geben, zudem wird dadurch das Recherchieren um einiges vereinfacht“
(Student aus FR, 23)*

Weitere Boulevardisierung, Abnahme der Qualität:

Darunter fällt auch eine weitere Zunahme der Gratis- und Boulevardpresse:

„Für mich wäre das Schlimmste, wenn man sich nur noch auf 20 Minuten oder sonstige Publikumsbeiträge abstützen würde“ (Studentin aus FR, 21)

Die Einfussnahme von Politikerinnen und Politikern, sowie der Werbewirtschaft, wird ebenfalls befürchtet:

„Die absolute Liberalisierung des Medienmarktes wäre noch so ein Horrorszenario“ (Studentin aus FR, 23)

Ebenfalls als Worst-Case-Szenario beschreiben die Studierenden die Annahme der No-Billag-Initiative:

„Wenn die No-Billag-Initiative angenommen werden würde, geht alles den Bach ab“ (Student aus FR, 22)

Best-Case-Szenarien

Welche Medienwelt wünscht ihr euch für die Zukunft?

Alles Online versus „analoge Oasen“:

Sowohl online, als auch offline wird die ideale mediale Zukunft beschrieben:

*„Alles online, so sieht die ideale Zukunft für mich aus“
(Student aus ZH, 25)*

„Man sollte sich in der ganzen Digitalisierung auch ein paar analoge Oasen gönnen dürfen“ (Student aus FR, 22)

Unabhängiger Journalismus:

Ein unabhängiger, von Werbegeldern abgekoppelter Journalismus und eine vielfältige Medienlandschaft werden als Best-Case-Szenario skizziert:

*„Mein Best-Case-Szenario beinhaltet einen unabhängigen (Online-) Journalismus, der weiter gefördert wird“
(Student aus FR, 24)*

Status Quo erhalten – durch Label:

Ein Studierender kommt zum Schluss:

„Von den Medien her haben wir heute eigentlich schon das beste Szenario“ (Student aus FR, 25)

Andere schätzen die Qualität der Medien bereits heute nicht mehr so hoch ein und diskutieren die Möglichkeit eines Gütesiegels:

*„Man braucht nur ein Gütesiegel, welches auf Qualität hinweist, ähnlich wie bei dem Bio-Label“
(Student aus FR, 28)*

Starker Service Public:

Die SRG stellt ein Grundpfeiler der idealen Medienwelt der Befragten dar, weshalb ihr Erhalt auch als sehr wichtig eingeschätzt wird:

„Die SRG muss gestärkt werden, und die Inhalte sollen bilden, unterhalten und informieren. Für den Ausgleich braucht es aber auch Privatanbieter“ (Student aus FR, 26)

Konklusion & Fazit

Die Befragten wagen nur zaghaft, eine „mediale“ Zukunft zu skizzieren und argumentieren strukturkonservativ. Sie glauben kaum an eine komplette Neuorientierung oder dass die gängigen klassischen Medien bald ausgedient haben.

Die Entwicklung der nur letzten fünf Jahren habe gezeigt, dass alles sehr schnell geht. Neue Technologien und Innovationen werden erwartet, können aber in den wenigsten Fällen konkretisiert werden.

Martina Leonarz und Jannis Valaulta
Eidgenössische Medienkommission
Zukunftstrasse 44
2503 Biel



Eidgenössische Medienkommission EMEK
Commission fédérale des médias COFEM
Commissione federale die media COFEM