

Medienkonsum

News Avoidance: Warum auch ich das mache

Artikel von Jenny Kitzka – 25.09.2024

News Avoidance, was soviel heisst wie Nachrichtenvermeidung, ist ein stark verbreitetes Phänomen im Mediennutzungsverhalten. Immer mehr Leute wenden sich – bewusst oder unbewusst – von Informationsangeboten ab. Was YouMedia-Host Jenny (23) darüber denkt, obwohl sie selbst selten News konsumiert.



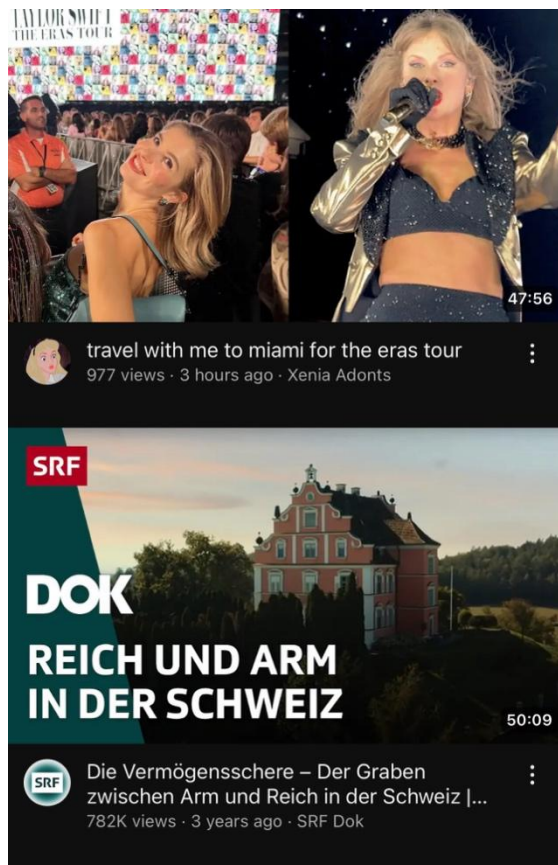
Was man nur ungerne zugibt

Diesen Text zu schreiben, kostet mich etwas Überwindung. Ich frage mich warum? Vielleicht liegt es am unangenehmen Gefühl, das aufkommt, wenn ich mir vorstelle ein Problem zu beschreiben, zu dem ich ja selbst auch beitrage. 😊👉👈 Da bahnen sich Schamgefühle an. Zurecht, wie ich finde. Denn wie kann es sein, dass ich ein Bachelor-Studium in Kommunikationswissenschaften und Medienforschung absolviert habe und mich trotzdem täglich nur wenige Minuten mit Nachrichten beschäftige????? 😞😞😞 Das bestätigt sogar das Fög der Universität Zürich im Jahrbuch [«Qualität der Medien 2022»](#), dessen Erkenntnissen zufolge junge Erwachsene auf ihren Smartphones lediglich sieben Minuten Nachrichten am Tag konsumieren.

Aber sorry, I can't help myself

Wenn ich durch die Startseite vom Tagesanzeiger, Blick, Watson und 20Minuten scrolle, spricht mich einfach nichts an. Emotionslose Stock- und Pressebilder, Textlawinen und wenn irgendwo ein Video läuft, ist es nervige Werbung. Es ist, wie wenn man vor dem Menü in der Kantine steht und dann merkt, dass man auf keines der Gerichte so wirklich Lust hat. Immer wenn man in die Kantine geht, hat man ohnehin schon die Erwartung, dass dort nichts «Gluschtiges» auf einen wartet. Für irgendein Menü entscheidet man sich schlussendlich, weil man ja irgendwas zu sich nehmen muss.

Und so geht's mir auch bei Nachrichtenangeboten. Mit dem Unterschied: Statt dass ich mich für einen Nachrichtenartikel entscheide, gehe ich nach wenigen Sekunden einfach wieder aus der App raus. 🤖 Es winken nämlich so viele andere, spannende Medienangebote, denen ich mich gerne, oder eben noch viel lieber, zuwende.



Die Youtube-Vorschläge von Jenny zeigen: Informationsreiche Inhalte konkurrieren mit unterhaltenden Inhalten. Screenshot: Youtube

News im Radio hören oder zum Unterhaltungs-Podcast wechseln? 10vor10 oder noch eine Folge Bridgerton? Ehrlich gesagt, ich kenne meine Antwort. Dass auch YouMedia-Host Shianne Mühe damit hat Interessante Nachrichteninhalte zu finden, gibt sie [hier](#) zu.



Shianne ging für ein Selbstexperiment eine Woche lang News aus dem Weg. Zumindest hatte sie sich das vorgenommen, bis es doch anders kam. Instagram-Screenshot: @youmedia_ch

Wie mir geht es vielen anderen auch

Und so kommt's, dass gemäss dem [«Digital News Report 2023»](#) des Reuters Institute ein Erklärungsgrund für die News Avoidance die Fülle an Kanälen ist, die den Nutzer:innen mittlerweile zur Verfügung steht. Nutzer:innen sind zunehmend mit der Auswahl überfordert und wenden sich vorübergehend oder dauerhaft ab. Die selektive Nachrichtenvermeidung wird durch die schwierigen Zeiten, die wir durchleben, zusätzlich verschärft.

Die Problematik dahinter

Statt Nachrichten zu lesen, schaue ich also Youtube, statt Radio höre ich Musik und statt Push-Meldungen klingeln bei mir Snapchat-Benachrichtigungen. Im Rahmen der eigenen Mediennutzung klingen diese Vermeidungstechniken vielleicht harmlos. Denkt man diese jedoch im grossen Rahmen der Gesellschaft, lässt sich die Problematik erkennen. Eine schwach oder sogar uninformierte Gesellschaft bedroht die Demokratie. Denn mit News unterversorgte Menschen interessieren sich weniger für Politik, nehmen weniger am politischen Leben teil und vertrauen den politischen Institutionen weniger – das zeigt auch das Fög der Universität Zürich im Jahrbuch [«Qualität der Medien 2022»](#).

Sich informieren zu können, ist ein Privileg

Zurück zur Mensa-Metapher. Für ein Menü muss ich mich entscheiden, weil ich ja irgendwas essen muss. Aber für ein Informationsangebot kann ich mich nicht entscheiden? Warum? Denn wenn ich so darüber nachdenke, muss ich mich ja auch irgendwie informieren. Aber oft fällt mir

das schwer, weil ich mich von Nachrichten überflutet fühle. Dazu habe ich auch schon ein Video gemacht, das du dir [hier](#) anschauen kannst.

Wenn ich etwas weiss, dann dass es mir wichtig ist, mitreden zu können. Ich möchte zu gesellschaftlichen Diskussionen beitragen, ich möchte Argumente und Gegenargumente zu politischen Entscheiden kennen und ich möchte Zusammenhänge verstehen, um die richtigen Fragen stellen zu können. Das alles möchte ich und theoretisch stehen mir auch alle Informationen dafür zur Verfügung. Aber so wie das Informationsangebot aktuell aussieht, fällt es mir trotzdem schwer, mich dafür zu interessieren. :(Dabei ist es doch ein Privileg, sich frei informieren zu können und vertrauenswürdige Quellen zu kennen, die nicht vom Staat überwacht werden. Ich glaube, man merkt, dass mein Gewissen hier mit meinem inneren Schweinehund debattiert.

Meiner Meinung nach kommen Informationsangebote oft trocken, textreich und mit negativen Schlagzeilen daher, weshalb ich mich nur schwer dafür begeistern kann. Obwohl es mir wichtig ist, informiert zu sein, finde ich es schwierig, interessante Informationsangebote zu finden, mit denen ich mich identifizieren kann und nach denen ich mich nicht schlecht oder traurig fühle. Also tendiere ich unbewusst dazu, diese Inhalte zu meiden. Bei unbewusster Nachrichtenvermeidung spricht man übrigens von «Nachrichtendeprivation». Die Befunde aus dem Jahrbuch «Qualität der Medien 2023» belegen, dass in der Schweiz 56,4 Prozent der 16- bis 29-Jährigen als «News-depriviert» gelten und somit von einer Unterversorgung an Nachrichten geprägt sind. Wenn das Tagesgeschehen von «News-deprivierten» wahrgenommen wird, dann fast ausschliesslich über Social Media (74,6 %) oder Newssites (39,2 %), [wie das Jahrbuch «Qualität der Medien 2024»](#) berichtet. Für 13,4 % der Befragten in der Schweiz dienen Social Media als Hauptinformationsquelle, womit erstmals seit Beginn der Befragung 2016 der Anteil von Social Media in der Schweiz abnimmt.

Ein Blick in die Zukunft

Wenn ich an die Zukunft denke, bereitet mir das Sorgen. Denn ich stecke genau in dieser nachrichtendeprivierten Generation, obwohl ich es eigentlich besser weiss. Vor dem Hintergrund, dass Medienhäuser derzeit neue Wege suchen, die junge Zielgruppe künftig als Leserschaft zu binden, stellt sich mir die Frage, wie Journalismus für Leute wie mich möglichst attraktiv angeboten werden kann. Deshalb habe ich mit Franz gesprochen, dem Initianten und Co-Founder von YouMedia.



Jenny und Franz in Zürich kurz vor dem Launch von YouMedia im März 2024.

Jenny: Franz, warum scheint es für die klassischen Medien so schwierig zu sein, die junge Zielgruppe zu erreichen?

Franz: Dafür gibt es unterschiedliche Gründe. Zum einen sind viele junge Menschen schlicht nicht mehr am TV-Schauen, Radio-Hören oder am Zeitungsartikel-Lesen. Sie bewegen sich primär auf Social Media und beziehen dort ihre Informationen. Zum anderen geht die Vorstellung, was denn wichtige News sind, die man kennen sollte, auseinander. Das heisst, dass die Jungen sich vor allem für das interessieren, was direkt mit ihrem Leben zu tun hat und auch was ihnen nützt. Hinzu kommt die Vermittlung. Wenn Informationen von oben herab vermittelt werden, dann zappen viele Medienkonsumenten, nicht nur junge, weg. Wie siehst Du das denn? Wie müssten Informations-Medien denn aussehen, die Du als junger Mensch konsumierst?

Jenny: Das ist aktuell die Frage aller Fragen, oder? Ich wage daher gerne mal einen Beschreibungsversuch. Weil mich zu viele negative Schlagzeilen eher davon abhalten Informations-Medien zu konsumieren, müsste sicherlich der Tonfall etwas hoffnungsvoller oder konstruktiver sein. Manchmal habe ich auch das Gefühl, dass ich nicht zur Zielgruppe von Informations-Medien gehöre, weil die Inhalte optisch und inhaltlich nicht in meiner "Sprache" geschrieben sind. Während Textlawinen mich eher davon abhalten etwas zu lesen, finde ich Grafiken,

Illustrationen, Videos und kompakte Text-Päckli spannender. Klar lassen sich bestimmte Geschichten nicht kurz erzählen, aber wieso nicht gleich einen mehrteiligen Podcast daraus machen? Ich lasse mir zum Beispiel gerne die Artikel der Republik vorlesen, während ich nebenbei etwas Produktives mache, was meine Aufmerksamkeit nicht zu sehr beansprucht. Vielleicht gibt es auch eine Möglichkeit, Gamification miteinzubeziehen. Denn mir ist meine Informiertheit zwar wichtig, aber ich denke mir nicht «Ahh, schon seit vier Tagen habe ich mich nicht mehr um meine Informiertheit gekümmert». Aber wenn ich einen Streak aufrechtzuerhalten hätte, dann würde ich mich mehr darauf konzentrieren, mich zu informieren.

Ich frage mich, was es braucht, damit diese Kluft zwischen dem aktuellen Stand und einer innovativen Form der Medien geschlossen wird. Müssen wir jungen Menschen mehr mitreden und unsere Bedürfnisse mitteilen oder braucht es mehr Geld? Mehr Vertrauen? Einen guten Mix aus allem?

Franz: Einen guten Mix aus allem, glaube ich. Und es gibt nicht die EINE Lösung. Wir von YouMedia zum Beispiel versuchen es mit verschiedenen Hebeln. Auf Social Media mit euch als junge Hosts, die andere junge Menschen auf Augenhöhe abholen. Und dann mit dem Ansatz, dass man statt nur Medien zu konsumieren, selbst zum Medienmacher, zur Medienmacherin wird. Dies erreichen wir mit der Jugendmedienwoche YouNews, bei der Jugendliche in Medienhäuser gehen können und dort recherchieren, Interviews machen, Artikel schreiben oder auch Radio- und TV-Beiträge herstellen können. Und wir streben es mit dem Jugendmedienpreis YouMedia Award an, der in ein paar Wochen spruchreif sein sollte. Wie schätzt Du Deine Generation Z ein. Ist das was? Als Host auf Social Media hast Du ja bereits einige Monate Erfahrung.

Jenny: Meine Generation ist bekanntlich voller Tatendrang und grundsätzlich stark darum bemüht, problematische Zustände, die uns betreffen, verändern zu wollen. Hier spreche ich zum Beispiel vom Klimawandel oder von politischen Entscheiden. Für den Einsatz meiner Generation ist es entscheidend, dass wir uns darüber im Klaren sind, wie wir von diesen Herausforderungen betroffen sind. Ich bin mir jedoch nicht sicher, inwieweit sich meine Generation der Folgen von Nachrichtendeprivation und des Rückgangs der klassischen Medien bewusst ist.

Eine zentrale Aufgabe von YouMedia sehe ich daher darin, die Folgen für die Gesellschaft und die Dringlichkeit von Veränderungen aufzuzeigen, ohne dabei belehrend oder alarmierend zu wirken. Diese Aufgabe ist ein Balanceakt, dem wir Hosts uns aber gerne stellen.

Online Artikel:

[News Avoidance: Warum auch ich das mache](#)

Weitere Artikel zum Thema:

[Gaming: Wo der Spass aufhört](#)

[Influencing: Warum der Ruhm seinen Preis hat](#)

Social Media:

[TikTok](#)

[Instagram](#)