Susanne Reitmair-Juárez

News Find Me

Analyse der Nachrichtennutzung von Jugendlichen und Fragmentierungseffekte in politischen Öffentlichkeiten

HERBERT VON HALEM VERLAG

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über https://dnb.de abrufbar.

Susanne Reitmair-Juárez
News Find Me.
Analyse der Nachrichtennutzung von Jugendlichen und Fragmentierungseffekte in politischen Öffentlichkeiten
Köln: Halem, 2026

Susanne Reitmair-Juárez ist Post-Doc am Institut für Politikwissenschaft der Universität Innsbruck in Österreich. In ihrer Forschung untersucht sie das Verhältnis von Jugendlichen zur Politik, insbesondere wie sich Jugendliche über Politik informieren und wie sie mit digitalen Inhalten umgehen.

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme (inkl. Online-Netzwerken) gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

© 2026 by Herbert von Halem Verlag, Köln

ISBN (Print): 978-3-86962-773-1
ISBN (PDF): 978-3-86962-774-8

Herbert von Halem Verlagsges. mbH & Co. KG
Boisseréestr. 9-11, 50674 Köln
https://www.halem-verlag.de
info@halem-verlag.de

SATZ: Herbert von Halem Verlag
LEKTORAT: Anna Ohde
DRUCK: docupoint GmbH, Magdeburg
GESTALTUNG: Claudia Ott Grafischer Entwurf, Düsseldorf
Copyright Lexicon ©1992 by The Enschedé Font Foundry
Lexicon® is a Registered Trademark of The Enschedé Font Foundry.

Inhalt

1. EINLEITUNG 15

2. STAND DER FORSCHUNG 23

2.1 Vorstellungen zu und Nutzung von Nachrichten im 21. Jahrhundert 24
2.1.1 Veränderte Nachrichtenwelt – verändertes Nachrichtenverständnis? 24
2.1.2 Bewusste oder zufällige Nachrichtennutzung? 27
2.1.3 *News Find Me – oder auch nicht* 29
2.1.4 *Political Talk* als Informationsquelle für junge Menschen 32
2.2 Politische Öffentlichkeit in Zeiten der ›Plattformenöffentlichkeit‹ 34
2.2.1 Bedeutung von Echokammern und Filterblasen 34
2.2.2 Mögliche Dimensionen der Fragmentierung politischer Öffentlichkeit 37
2.2.3 Fragmentierung des Publikums entlang genutzter Informationsquellen 38
2.2.4 Mögliche Fragmentierung der medialen Agenda durch Intermediäre 41
2.3 Überblick über den Forschungsstand und Beitrag dieser Studie 45

3. THEORETISCHER RAHMEN 49

3.1 Partizipative Demokratietheorien als Ausgangspunkt 50
3.2 Funktionen von Öffentlichkeit(en) für partizipative Demokratien 54
3.3 Auswirkungen der Plattformöffentlichkeiten auf Nachrichtennutzung 56
3.4 Unterschiedliche Logiken von traditionellen Nachrichtenmedien und Intermediären 58
3.5 Mögliche Fragmentierung durch verschiedene Nachrichtenrepertoires 61
3.6 Mögliche Fragmentierung der Themenhorizonte 64

4. FORSCHUNGSDESIGN UND METHODEN 67

4.1 Reflexion zum Forschungsdesign 68
4.2 Begründung der Fallauswahl: Österreich als Sonderfall für jugendliche Partizipation 69
4.3 Rekrutierungsprozesse für die Datenerhebungen 72
4.4 Beschreibung des Interviewsamples 74
4.5 Beschreibung des *Mobile-Experience*-Samples 75
4.6 Interviewprozess und Datenanalyse 78
4.7 *Mobile-Experience-Sampling*-Methode und Datenanalyse 83
4.8 Datenschutz und Incentivierung der Teilnehmer:innen 89
4.9 Erstellung und Analyse des Mediendatensatzes 90

5. WIE VERSTEHEN JUGENDLICHE ›(AKTUELLE) NACHRICHTEN‹? 95

5.1 Funktionen von Nachrichten 98
5.2 Kriterien zur Themenauswahl von Berichterstattung 101
5.3 Bedeutung der Quelle zur Einschätzung des Nachrichtenwerts 106
5.4 Einfluss des Lebensweltbezugs auf den Nachrichtenwert 109
5.5 Wie verstehen Jugendliche also ›(aktuelle) Nachrichten‹? 111

6. WIE BESCHREIBEN JUGENDLICHE IHRE NACHRICHTENNUTZUNG? 116

6.1 Verunsicherung und Vertrauensverlust als Herausforderung für Jugendliche 118
6.2 Nachrichtenkonsum der Jugendlichen im Medienalltag 120
6.2.1 Motivationen der Jugendlichen zur Nachrichtennutzung 121
6.2.2 Routine oder Zufall? Informationsgewohnheiten der Jugendlichen 125
6.2.3 Strategien der Informationsgewinnung und -überprüfung 132
6.2.4 *News engagement* – (un)sichtbare Auseinandersetzung mit Nachrichtenthemen 138
6.3 Wie konsumieren Jugendliche also politische Nachrichten? 140

7. WOHER BEZIEHEN JUGENDLICHE IHRE NACHRICHTEN? 143

7.1 Überblick über Nachrichtenrepertoires der Jugendlichen 145
7.2 Informationsquellen in der täglichen Praxis von Jugendlichen 148
7.3 Wie kommen Nachrichten nun also zu den Jugendlichen? 150

8. WIE VIELE UND WELCHE NACHRICHTENTHEMEN KOMMEN (NICHT) BEI JUGENDLICHEN AN? 155

8.1 Wie viele Nachrichtenthemen nehmen Jugendliche bewusst wahr? 158
8.2 Welche Themen(kategorien) werden am häufigsten von Jugendlichen wahrgenommen? 161

8.3 Kongruenz medialer Berichterstattung und jugendlicher Nachrichtennutzung 164
8.4 Wie stark überschneiden sich die Themen der Jugendlichen mit der medialen Agenda? 170

9. ERGEBNISSE DER STUDIE UND BEITRAG ZUR FORSCHUNG 176

LITERATUR 184

ANHANG
Der Anhang steht unter https://doi.org/10.1453/2026_9783869627731_anhang.pdf zum Download zur Verfügung.

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1	Altersverteilung im Interviewsample	75
Abb. 2	Altersverteilung der Teilnehmer:innen am *Mobile Experience Sampling*	77
Abb. 3	Beispiele Impulsmaterial Informationsquellen	81
Abb. 4	Beispiele Impulsmaterial Nachrichtenwert	82
Abb. 5	Definition von Nachrichten aus Sicht der Jugendlichen	97
Abb. 6	Soziale Praxis des Nachrichtenkonsums von Jugendlichen	120
Abb. 7	Informationsquellen der Jugendlichen im Vergleich	147
Abb. 8	Anteil von Intermediären an den Nachrichtenrepertoires	147
Abb. 9	Informationsquellen aus Nachrichtenprompts nach Nachrichtenmedien	149
Abb. 10	Informationsquellen aus Nachrichtenprompts nach Zugangsweg	150
Abb. 11	Anzahl der dokumentierten Themen pro Person	159
Abb. 12	Von Jugendlichen am häufigsten wahrgenommene Nachrichtenthemen	162
Abb. 13	Themenkategorien in Nachrichtenmedien und in der jugendlichen Wahrnehmung	163
Abb. 14	Kategorien der Nachrichtenthemen außerhalb der medialen Agenda	165
Abb. 15	Wie viele Jugendliche haben die einzelnen Themen wahrgenommen?	169
Abb. 16	Anteil divergierender Nachrichtenthemen je Teilnehmer:in	170

Tabellenverzeichnis

Tab. 1	Überblick über das Forschungsdesign der Studie	20
Tab. 2	Interviewpartner:innen nach Schulform, -standort und Interviewform	74
Tab. 3	Rekrutierung der Teilnehmer:innen MESM nach Schulform und Bezirk	76
Tab. 4	Reichweiten traditioneller Nachrichtenmedien	91
Tab. 5	Zusammensetzung des Mediendatensatzes	93
Tab. 6	Verteilung der Berichterstattung nach Nachrichtendomänen	94
Tab. 7	Funktionen von Nachrichten aus Sicht der Jugendlichen	98
Tab. 8	Kriterien zur Themenauswahl medialer Berichterstattung	101
Tab. 9	Bedeutung der Quelle zur Einschätzung des Nachrichtenwerts	106
Tab. 10	Lebensweltbezüge als Nachrichtenkriterien	109
Tab. 11	Motivationen der Jugendlichen zur Nachrichtennutzung	121
Tab. 12	Informationsgewohnheiten der Jugendlichen	126
Tab. 13	Strategien zur Verifizierung von Inhalten	133
Tab. 14	Öffentlich sichtbare Auseinandersetzung mit Nachrichteninhalten auf Social Media	138

Abkürzungsverzeichnis

AHS	Allgemeine Höhere Schule (Gymnasium, Abschluss mit Matura)
BHS	Berufsbildende Höhere Schule (Abschluss mit Matura)
BMS	Berufsbildende Mittlere Schule
BS	Berufsschule
FS	Fachschule
MESM	*Mobile-Experience-Sampling*-Methode
NMS	Neue Mittelschule
ORF	Österreichischer Rundfunk
PTS	Polytechnische Schule
TT	*Tiroler Tageszeitung*
ZIB	*Zeit im Bild* (Hauptnachrichtenformat des ORF im Fernsehen)

1. EINLEITUNG

Die tiefgreifenden Veränderungen unserer Medienwelt und unserer Gesellschaft durch Digitalisierung, Social Media und Algorithmen haben unbestritten vielfältige Auswirkungen auf unsere Demokratien. Besonders wirkmächtig werden diese Veränderungen in der politischen Öffentlichkeit und der Nachrichtennutzung von Menschen. Zum einen bieten soziale Medien Menschen auch in repressiven Regimen die Möglichkeit, sich zu informieren, zu vernetzen und Proteste zu organisieren, zum anderen ermöglichen sie auch vielfältige Formen der gezielten Desinformation und Manipulation der öffentlichen Meinung sowie demokratischer Wahlen.

Demokratien brauchen informierte Bürger:innen, die sich über die medial vermittelte politische Öffentlichkeit regelmäßig über aktuelle Ereignisse informieren und dadurch politische Kompetenzen aufbauen (BARBER 2004). Die Auswirkungen von Social Media auf die Nachrichtennutzung von Bürger:innen sind jedoch weder theoretisch noch empirisch hinreichend erforscht. Theoretisch plausible problematische Entwicklungen, wie Echokammern, Zersplitterung des Publikums auf unzählige (unseriöse) Informationsquellen oder die Schwächung des gesellschaftlichen Zusammenhalts durch immer weniger gemeinsam wahrgenommene Themen, sind empirisch kaum oder nur unter spezifischen Umständen nachweisbar (DUBOIS/BLANK 2018).

Junge Menschen stehen besonders im Fokus, wenn es um mögliche negative Auswirkungen von Social Media auf ihre politische Information und Partizipation geht. Dies vor allem, weil Jugendliche bereits als *Social Natives* in dieses unübersichtliche Medienumfeld hineinwachsen und weil sie noch über weniger Orientierungswissen und politische Kompetenzen verfügen, um diese technisch bedingten Phänomene mündig einzuordnen und zu navigieren (HELDT 2022; HIPPE 2020; HUBACHER/WALDIS 2021).

Es scheint möglich und wahrscheinlich, dass es durch weitreichende Änderungen im Mediennutzungsverhalten und den unterschiedlichen Wahrnehmungen sozialer wie politischer Realität zwischen Alt und Jung zu einer wachsenden Kluft zwischen den Generationen kommt. Dieser Generationen-Gap unterscheidet sich wesentlich von früheren, da die Forschung zeigt, dass sich klassische Sozialisationsmechanismen zur Mediennutzung verändern und abschwächen (HENDRICKX 2024).

Trotz der Trendwende in der Mediennutzung und den gesellschaftlichen Verwerfungen, die sich dadurch ergeben könnten, fokussiert die entsprechende Forschung vor allem auf Erwachsene und ihre Nachrichtennutzung. Zur diesbezüglichen Praxis der Jugendlichen gibt es noch erhebliche Wissenslücken, obwohl sie sich in dieser Hinsicht stark von früheren Generationen unterscheiden (NEWMAN et al. 2024; LEMISH 2021).

Mit dieser Studie lege ich einen auf innovativen Methoden beruhenden umfassenden Befund zur Nachrichtennutzung von Jugendlichen in Österreich vor, um diese Lücken zu schließen. Damit leiste ich einen wesentlichen Beitrag zur Literatur über mögliche Fragmentierungstendenzen politischer Öffentlichkeiten sowie zur Forschung über die soziale Praxis der Nachrichtennutzung von Jugendlichen. Um dies zu tun, setzt sich die vorliegende Arbeit mit fünf ineinandergreifenden erkenntnisleitenden Fragen auseinander. Die erste und grundlegende Frage ist, wie Jugendliche das Konzept ›(aktuelle) Nachrichten‹ verstehen (Forschungsfrage FF1). Darauf aufbauend ist die zweite Frage, wie Jugendliche Nachrichten konsumieren (FF2). Die dritte Frage untersucht, welche Informationsquellen sie dabei nutzen (FF3). Die vierte und fünfte Frage sind schließlich wie viele und welche Themen sie tatsächlich konsumieren und wie stark diese mit den Themen traditioneller Nachrichtenmedien überlappen (FF4, FF5). In der von wachsender Spezialisierung gekennzeichneten Forschungswelt wird es immer schwieriger, ein Phänomen – in diesem Fall Nachrichtennutzung von Jugendlichen – aus unterschiedlichen Perspektiven in einer Publikation ganzheitlich zu betrachten und zu analysieren. Auch in dieser Hinsicht ist meine Studie daher ein relevanter Beitrag, der helfen kann, Zusammenhänge zu erkennen und weiterzudenken.

Mit einem innovativen *Mixed-Methods*-Forschungsdesign bearbeitete ich die vorgestellten Fragen von mehreren Seiten. Zur Erforschung der Nachrichtenverständnisse von Jugendlichen und ihrer Praxis der Nachrichtennutzung führte ich qualitative Einzel- und Gruppeninterviews mit 63 Jugendlichen und jungen Erwachsenen zwischen 13 und 20 Jahren. Dabei

verwendete ich *Foto-elicited*-Interviews und analysierte die *Think-Aloud*-Protokolle (ECCLES/ARSAL 2017). Die Jugendlichen bearbeiteten haptisches Impulsmaterial und verbalisierten währenddessen, wie und warum sie einen konkreten Inhalt als mehr oder weniger wichtige Nachricht einordnen.

Die Forschungsfragen 3, 4 und 5, welche Informationsquellen Jugendliche konkret nutzen, welche Themen sie wahrnehmen und inwiefern diese mit der medialen Berichterstattung überlappen, beantworte ich durch die Analyse einer innovativen *Mobile-Experience-Sampling(MESM)*-Studie, die ich mit der medialen Berichterstattung im Erhebungszeitraum von einer Woche im Juni 2023 vergleiche. Die Jugendlichen beantworteten mehrmals täglich *Nachrichtenprompts*, kurze Fragen per WhatsApp, und dokumentierten wahrgenommene Nachrichtenthemen und dafür verwendete Quellen. Durch die Anwendung dieser innovativen Methode (KAUFMANN/PEIL 2020) kann ich bisherige, teils widersprüchliche oder einseitige Erkenntnisse über jugendliche Nachrichtennutzung und ihre Nachrichtenagenden substanziieren und zeige einen Weg auf, wie diese künftig in einer umfassenden Form erforscht werden können.

Bisherige Forschung legt nahe, dass die Veränderungen des Nachrichtenkonsums Auswirkungen auf die Nachrichtenverständnisse von Jugendlichen haben (FF1; OHME et al. 2022). Daher erwarte ich, dass Jugendliche einen breiten, weniger klar abgegrenzten Nachrichtenbegriff (z. B. in Richtung Unterhaltung) haben. Meine Ergebnisse zeigen jedoch, dass sie ›(aktuelle) Nachrichten‹ sehr traditionell definieren: Sie formulieren klassische Kriterien, die den Nachrichtenwert eines Ereignisses bestimmen und assoziieren den Begriff mit traditionellen Formaten und wiedererkennbaren Marken.

Die Literatur zeigt weiters, dass Jugendliche vor allem beiläufig und vereinzelt Nachrichten konsumieren (FF2). Dies fördert eine *News-Find-Me*-Einstellung, die bewusste Nachrichtennutzung unwahrscheinlich macht (KÜMPEL 2020; GIL DE ZÚÑIGA/CHENG 2021). Daher erwarte ich für meine Analyse eine entsprechende *News-Find-Me*-Einstellung und wenig bewusste, zielgerichtete Nachrichtennutzung. Meine Ergebnisse bestätigen, dass Jugendliche großteils darauf vertrauen, dass sie über soziale Kontexte sowie über Social Media automatisch und ohne Aufwand informiert werden (*News Find Me*). Das Following von Nachrichtenmedien auf Instagram interpretieren sie als bewusste Nachrichtennutzung, wobei ihnen die Auswirkungen algorithmischer Personalisierung zu wenig bewusst sind. Sozialisa-

tionseffekte führen vor allem zum Aufbau eines (traditionell geprägten) Nachrichtenrepertoires, nicht aber zu routiniertem Nachrichtenkonsum.

Zu den Informationsquellen von Jugendlichen (FF3) zeigt die Forschung bisher, dass sie sich vor allem über Social Media informieren, wobei die konkret verwendeten Informationsquellen unklar bleiben (GADRINGER et al. 2024; NEWMAN et al. 2024; SAFERINTERNET 2024). Daher erwarte ich für meine Studie, dass Jugendliche auf Social Media Nachrichteninhalte von vielfältigen Social-Media-spezifischen Quellen wie Influencer:innen konsumieren, was zu einer Fragmentierung der verwendeten Informationsquellen (und zu einem breiteren Nachrichtenbegriff) beiträgt. Intermediäre dominieren demnach in ihrem Nachrichtenrepertoire. Überraschenderweise zeigen meine Ergebnisse, dass Jugendliche online fast ausschließlich auf Angebote traditioneller Nachrichtenmedien zurückgreifen, jedoch meist über Intermediäre vermittelt (*distributed news access*) (WOJCIESZAK et al. 2021). Eine Fragmentierung der Informationsquellen ist daher nicht erkennbar. Aufgrund des algorithmisch kuratierten Zugriffs auf bekannte Marken ist die Unterscheidung in ›traditionelle Medien‹ und ›soziale Medien‹ für die Erforschung der jugendlichen Nachrichtennutzung nicht mehr aussagekräftig, da diese in ihrer Wahrnehmung verschmelzen.

Zur Problematik einer möglichen Fragmentierung wahrgenommener Nachrichteninhalte (FF4) bzw. Themenhorizonte und Überlappung mit der medialen Agenda (FF5) gibt es in der Forschung widersprüchliche Erkenntnisse: Zum einen kann die Diversifizierung der Nachrichtenrepertoires eine gemeinsame Nachrichtenagenda schwächen (CARDENAL/GALAIS/MAJÓ-VÁZQUEZ 2019), zum anderen zeigen Studien, dass Intermediäre im Gegenteil die Agenda-Setting-Funktion von Nachrichtenmedien reproduzieren und stärken können (SCHRAPE 2022). Daher erwarte ich für meine Ergebnisse, dass zwar keine relevante Fragmentierung der wahrgenommenen Themen messbar ist, dass aber insgesamt nur wenige Themen bei den Jugendlichen ankommen. Mit steigendem Alter und politischem Interesse sollte die Intensität der Nachrichtennutzung steigen. Tatsächlich zeigen meine Ergebnisse, dass die Themenhorizonte der Jugendlichen sich eng mit der medialen Agenda überschneiden, dass aber insgesamt relativ wenige Themen von den Jugendlichen wahrgenommen werden, und dies teils mit erheblicher Verspätung von bis zu mehreren Wochen.

Tabelle 1 (Seite 20) fasst alle Elemente des Forschungsdesigns sowie die wesentlichen Ergebnisse der vorliegenden Studie zusammen.

Die vorliegende Studie leistet sowohl Beiträge zur Forschung über Nachrichtennutzung als auch zur Forschung über Fragmentierung von Öffentlichkeiten. Die *theoretische und empirische Relevanz* meiner Forschung ergibt sich daraus, dass Jugendliche eine wenig erforschte und schwierig zu erforschende Gruppe von Bürger:innen sind (*hard to reach*; HEISS/KNOLL/MATTHES 2019). Einblicke in ihre Praxis der Nachrichtennutzung als Grundlage für politische Partizipation sind daher dringend erforderlich. Diese Auseinandersetzung wird in der Forschung immer wieder eingefordert, jedoch selten umgesetzt (DE LEYN et al. 2021; LEMISH 2021; EDGERLY/VRAGA 2020; TAMBOER/KLEEMANS/DAALMANS 2020). Für Österreich gibt es diesbezüglich noch keine umfassenden Erkenntnisse. Die *gesellschaftliche Relevanz* meiner Forschung ergibt sich daraus, dass Erkenntnisse über Interessen und Bedürfnisse junger Bürger:innen in Bezug auf politische Information und wie sie als Publikum erreicht werden können für politische Akteur:innen, Medienschaffende und Pädagog:innen gleichermaßen von Bedeutung sind. Österreich ist hier aufgrund des geringeren Wahlalters von 16 Jahren ein besonders spannender Fall. Jugendliche sind hier nicht nur aus Sicht der Sozialisationsforschung eine relevante Zielgruppe, sondern auch bereits als aktive Bürger:innen. In *methodischer Hinsicht* zeigt meine Studie, dass ein *Mixed-Methods*-Ansatz, der qualitative und quantitative Methoden kombiniert, gut geeignet ist, das schwer zu erforschende Konzept (*hard to research*) der wahrgenommenen Nachrichtenthemen zu erfassen und zu analysieren. Mein Beitrag liegt also auch darin, eine innovative Herangehensweise für künftige Studien in diesem Feld aufzuzeigen und Vor- und Nachteile zu diskutieren.

Meine Ergebnisse sind für eine konstruktive Weiterentwicklung und *Stärkung politischer und Medienbildung* zentral. Jugendliche sind zwar prinzipiell mit Methoden zum kritischen Umgang mit Informationen und Quellen ausgestattet, wenden diese aber äußerst selektiv und oberflächlich an (EDGERLY et al. 2020; OELDORF-HIRSCH/NEUBAUM 2023). Auf Basis meiner Ergebnisse formuliere ich Handlungsempfehlungen, wie bildungspolitische Interventionen weiterentwickelt werden können, um Vertrauen in seriöse Informationsquellen wiederherzustellen, damit Jugendliche nicht in fatalistische oder zynische Einstellungen kippen, die zu prinzipieller Nachrichtenvermeidung führen könnten (SWART 2023).

TABELLE 1

Überblick über das Forschungsdesign der Studie

Forschungsfragen	Erwartete Ergebnisse/Hypothesen	Methoden und Daten	Ergebnisse
Wie verstehen Jugendliche das Konzept ›(aktuelle) Nachrichten‹?	Forschung legt nahe, dass die Nachrichtenverständnisse von Jugendlichen sich verändern (Ohme et al. 2022). **H1**: Nachrichtenverständnisse von Jugendlichen unterscheiden sich wesentlich von wissenschaftlichen Nachrichtendefinitionen.	Induktive und deduktive Analyse der qualitativen Einzel- und Gruppeninterviews, des Impulsmaterials Nachrichtenwert und *Think-Aloud*-Protokolle	Jugendliche formulieren klassische Nachrichtenwert-Kriterien. Starke Assoziationen mit traditionellen Formaten und wiedererkennbaren Marken.
Wie beschreiben Jugendliche ihre Praxis der Nachrichtennutzung?	Forschung zeigt vereinzelte beiläufige Nachrichtennutzung und *News-Find-Me*-Einstellung (Kümpel 2020). **H2**: Jugendliche zeigen sich stark verunsichert über Wahrheitsgehalt und Vertrauenswürdigkeit von Medieninhalten. **H3**: Soziale Kontexte üben Sozialisationsfunktion zur habituellen Nachrichtennutzung aus. **H4**: Jugendliche erwarten, wichtige aktuelle Ereignisse automatisch ›mitzubekommen‹ (*News Find Me*). **H5**: Jugendliche kuratieren ihre Social-Media-Feeds durch Following von Medien.	Induktive und deduktive Analyse der *Day-in-a-life-I*nterviews, sowie der qualitativen Einzel- und Gruppeninterviews	Jugendliche möchten ohne Aufwand, aber fundiert über wichtige Themen informiert werden. Following wird als Nachrichtennutzung interpretiert. Auswirkungen algorithmischer Personalisierung sind kaum bewusst. Sozialisationseffekte führen zum Aufbau eines Nachrichtenrepertoires.
Welche Informationsquellen verwenden Jugendliche für ihren Nachrichtenkonsum?	Forschung zeigt, dass Jugendliche sich vor allem über Social Media informieren (Newman et al. 2024), die konkreten Quellen sind dabei unklar. **H6**: Social-Media-spezifische Quellen überwiegen. **H7**: Intermediäre dominieren im Nachrichtenrepertoire. **H8**: Jugendliche haben ein traditionelles Nachrichtenrepertoire, Zugriff über Intermediäre (*distributed news access*).	Induktive und deduktive Analyse der Interviews, Impulsmaterial Informationsquellen und *Think-Aloud*-Protokolle; Analyse des Einstiegssurveys des MESM und der Nachrichtenprompts	Jugendliche nutzen Social-Media-Accounts von traditionellen Nachrichtenmedien. Eine Fragmentierung der Informationsquellen ist nicht erkennbar.

Forschungsfragen	Erwartete Ergebnisse/Hypothesen	Methoden und Daten	Ergebnisse
Welche Nachrichtenthemen nehmen Jugendliche wahr? Wie stark überschneiden sich die Themenhorizonte der Jugendliche mit der medialen Agenda?	Forschung zeigt, dass Diversifizierung der Nachrichtenrepertoires zu Fragmentierung der Themenhorizonte beiträgt (Cardenal/Galais/Majó-Vázquez 2019); gleichzeitig replizieren Intermediäre Agenden von Nachrichtenmedien (Schrape 2022). **H10/11:** Jugendliche nehmen wenige Nachrichtenthemen wahr, *soft news* dominieren. **H12:** Demografische Merkmale beeinflussen Intensität der Nachrichtennutzung. **H13:** Fragmentierung der Themenhorizonte ist unwahrscheinlich.	Vergleichende Analyse der MESM-Daten (Nachrichtenprompts) und der medialen Berichterstattung (Mediendatensatz)	Themenhorizonte überlappen stark, Nachrichtenthemen kommen selten und verspätet an. Klassische demografische Faktoren haben schwachen Einfluss auf die Nachrichtennutzung.