

Befunde aus dem Reuters Institute Digital News Survey 2018

► Nachrichtennutzung und soziale Medien

Von Sascha Hölzig* und Uwe Hasebrink*

Die Befunde des Digital News Report aus dem Jahr 2018 unterstreichen, dass sich die Nachrichtennutzung in Deutschland im internationalen Vergleich relativ langsam verschiebt: Nach wie vor ist das Fernsehen die am weitesten verbreitete und wichtigste Quelle für Nachrichten. Zudem genießen die beiden Hauptmarken der öffentlich-rechtlichen Informationsangebote, „Tagesschau“ und „heute“, das größte Vertrauen innerhalb der deutschen Medienlandschaft. Doch auch hierzulande ist nicht zu übersehen, dass sich das Internet zunehmend als eine der maßgeblichen Quellen für Informationen über das Weltgeschehen etabliert. In diesem Beitrag werden ausgewählte Ergebnisse aus dem Digital News Report 2018 vorgestellt, die Aufschluss über die aktuelle Situation und längerfristige Trends der Nachrichtennutzung in Deutschland geben. Die Befunde zu allgemeinen Nutzungsgewohnheiten, Vertrauenszuschreibungen sowie zu partizipativen Aspekten der Nachrichtennutzung weichen zum Teil von verbreiteten Annahmen – etwa zur Rolle sozialer Medien und zur aktiven Beteiligung im Kontext von Nachrichten im Internet – ab.

Über 7 400 Befragte in 37 Ländern

Wie Menschen Nachrichten nutzen, ist die zentrale Frage, die seit 2012 jährlich im Reuters Institute Digital News Survey untersucht wird. Die Studie wird unter Koordination des in Oxford (UK) ansässigen Reuters Institute for the Study of Journalism zeitgleich in 37 Ländern weltweit realisiert (1) um generelle Trends, aber auch nationale Besonderheiten erkennen zu können. Pro Land wurden 2018 rund 2 000 Personen befragt. Insgesamt basiert die Studie in der sechsten Wiederholung auf 74 194 Befragten. Die Feldarbeit wurde zwischen dem 19. und 22. Januar 2018 vom Umfrageinstitut YouGov durchgeführt, das auf der Basis von Online-Access-Panels Stichproben zog, die für Internetnutzer der beteiligten Länder ab 18 Jahren repräsentativ sind. Diesbezüglich ist bei der Interpretation der Ergebnisse zu berücksichtigen, dass es bei der Stichprobenziehung aus Online-Access-Panels zu Resultaten kommen kann, die Aspekte der Internetaffinität und die Nutzung des Social Web etwas überschätzen. (2) Die Teilnehmer, die innerhalb des vergangenen Monats keine Nachrichten genutzt haben (2018: 2,2%), wurden nicht weiter befragt, da das Hauptinteresse der Studie denjenigen Personen gilt, die Nachrichten nutzen.

Kurz und knapp

- Im internationalen Vergleich ist die Nachrichtennutzung in Deutschland noch weitgehend traditionell.
- Das lineare Fernsehen ist die am weitesten verbreitete und wichtigste Quelle der aktuellen Information.
- Das Internet wird jedoch als Nachrichtenquelle zunehmend relevant, vor allem für jüngere Altersgruppen.
- Soziale Medien werden zumeist als ergänzende Quelle genutzt.
- Der Anteil der Nutzer, die sich aktiv – zum Beispiel mit Kommentaren – an der Nachrichtenberichterstattung beteiligen, ist seit Jahren auf niedrigem Niveau stabil.

Das Hans-Bredow-Institut ist seit 2013 als Kooperationspartner für die deutsche Teilstudie verantwortlich; die Erhebung im Jahr 2018 wurde dabei von den Landesmedienanstalten und dem Zweiten Deutschen Fernsehen (ZDF) unterstützt. Um ein gemeinsames Verständnis zu schaffen, was in der ländervergleichenden Untersuchung mit dem Begriff „Nachrichten“ gemeint ist, wurden die Befragten zu Beginn darüber informiert, dass „[...] mit ‚Nachrichten‘ Informationen über internationale, nationale, regionale/lokale oder andere aktuelle Ereignisse [gemeint sind], die über Radio, Fernsehen, Printmedien oder online zugänglich sind“. Die nachfolgende Auswahl zentraler Ergebnisse ist repräsentativ für die Bevölkerung in Deutschland im Alter ab 18 Jahren mit Internetzugang im Jahr 2018. (3) Die vollständigen Reports aus 2018 und den vorherigen Jahren mit den Ergebnissen aus Deutschland und aus international vergleichender Perspektive können unter www.hans-bredow-institut.de und unter www.digitalnewsreport.org heruntergeladen werden.

Genutzte Nachrichtenquellen

Knapp drei Viertel der erwachsenen Internetnutzer in Deutschland schauen mindestens einmal pro Woche Nachrichten im Fernsehen. Auch in der jüngsten untersuchten Altersgruppe der 18- bis 24-Jährigen nutzt fast jeder Zweite regelmäßig das lineare Programmfernsehen, um sich über das aktuelle Geschehen zu informieren. In den Altersgruppen bis 44 Jahre wird das Internet von anteilig mehr Menschen für Nachrichteninformationen genutzt als das Fernsehen. Letzteres dominiert jedoch eindeutig ab einem Alter von 45 Jahren (vgl. Abbildung 1).

Im Langzeitvergleich zeigt sich, dass die Bevölkerungsanteile, die regelmäßig das lineare Programmfernsehen als Nachrichtenquelle verwenden, tendenziell rückläufig sind, während das Internet zunehmend größere Nutzergruppen erreicht. Das Radio erweist sich in den vergangenen Jahren als sehr stabile Informationsquelle für etwa 45 Prozent der erwachsenen Onliner. Gedruckte Erzeugnisse, wie Tageszeitungen oder nachrichtenorientierte Wochenzeitschriften haben in den vergangenen Jahren deutlich rückläufige Anteile zu verzeichnen. Im

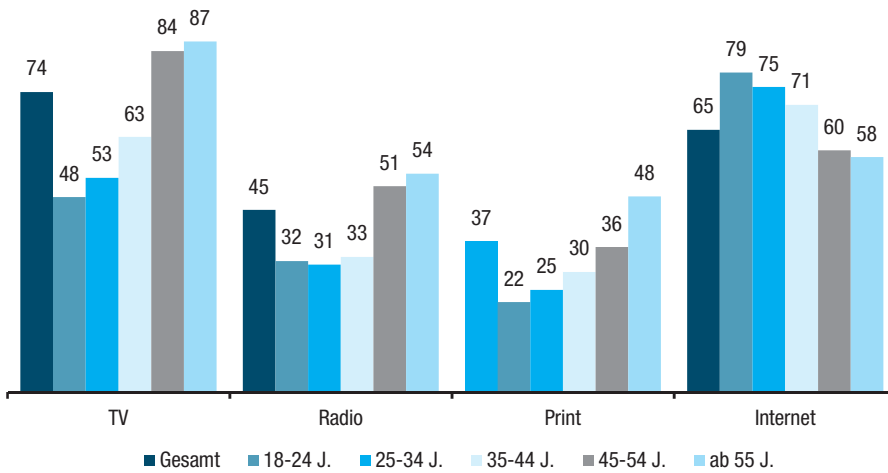
Definition des Begriffs Nachrichten

Drei Viertel der deutschen Onliner nutzen wöchentlich Fernsehnachrichten

Nutzung von Onlinenachrichten wächst, Radio stabil

* Hans-Bredow-Institut für Medienforschung, Hamburg.

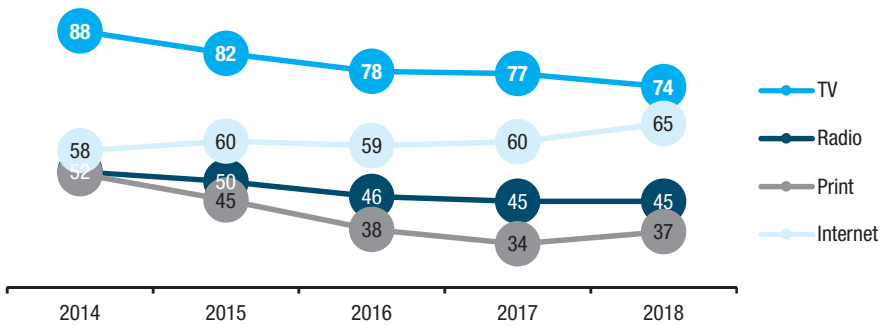
Abb. 1 Wöchentlich genutzte Nachrichtenquellen 2018 - nach Alter



Basis: n=2 038.

Quelle: Reuters Institute Digital News Survey 2018; Hans-Bredow-Institut.

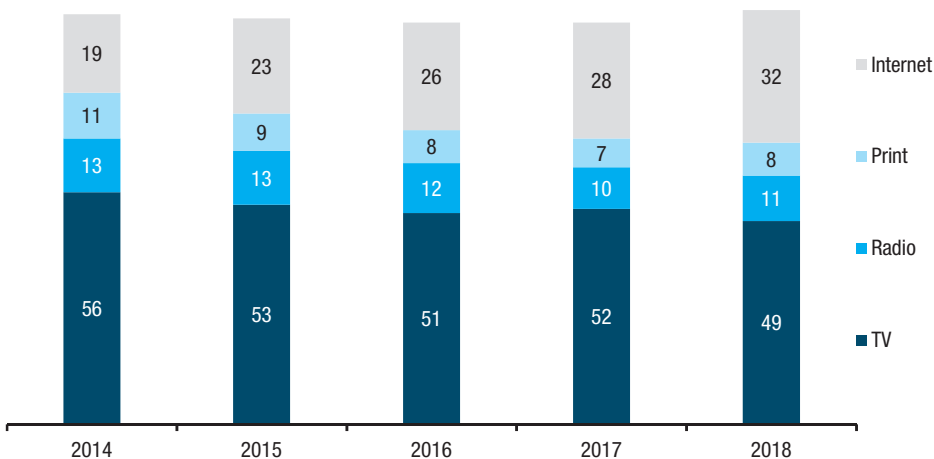
Abb. 2 Wöchentlich genutzte Nachrichtenquellen 2014 bis 2018 - nach Alter
in %



Basis: 2014: n=2 063; 2015: n=1 969; 2016: n=2 035; 2017: n= 2 062; 2018: n=2 038.

Quelle: Reuters Institute Digital News Survey 2018; Hans-Bredow-Institut.

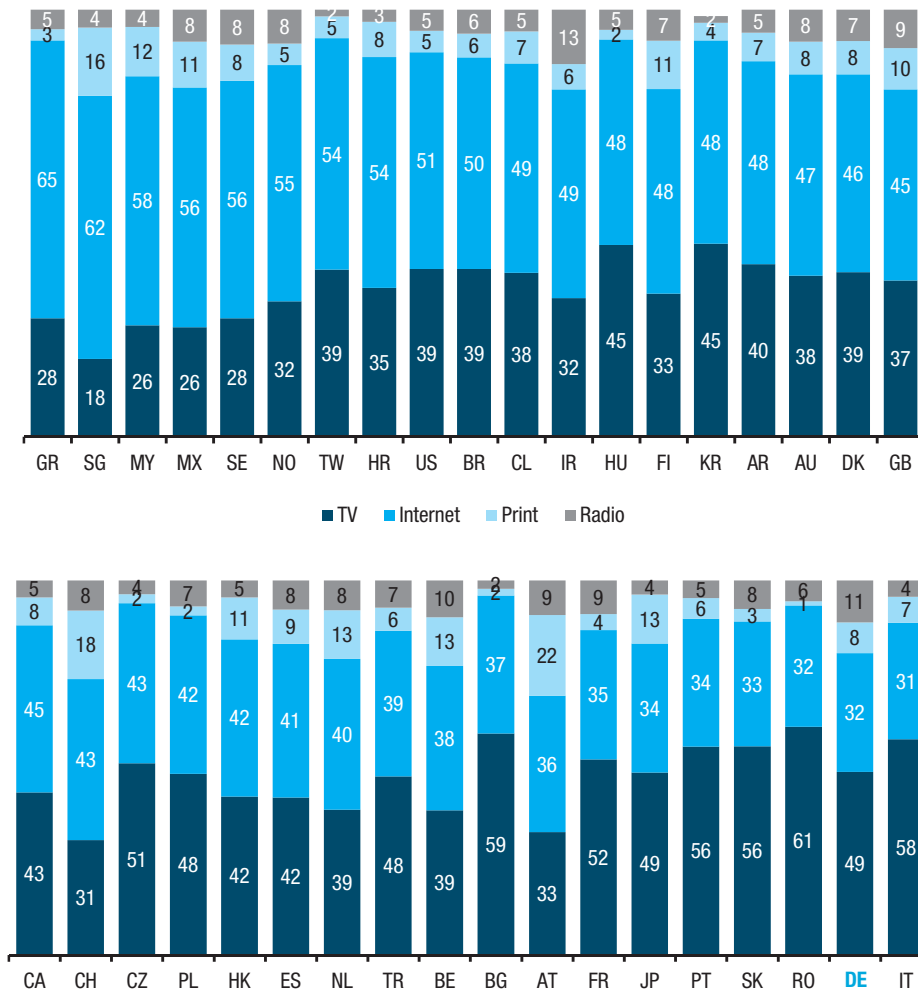
Abb. 3 Haupt-Nachrichtenquelle 2014 bis 2018
in %



Basis: 2014: n=1 799; 2015: n=1 943; 2016: n=1 947; 2017: n=1 946; 2018: n=1 959.

Quelle: Reuters Institute Digital News Survey 2018; Hans-Bredow-Institut.

Abb. 4 Haupt-Nachrichtenquelle 2018 - im Ländervergleich
in %, sortiert nach Internet



Basis: Argentinien n=2 012; Australien n=2 026; Belgien n=2 006; Brasilien n=2 007; Bulgarien=20 21; Chile n=2 008; Dänemark n=2 025; Deutschland n=2 038; Finnland n=2 012; Frankreich n=2 006; Griechenland n=2 014; Großbritannien n=2 117; Hongkong n=2 016; Irland n=2 007; Italien n=2 040; Japan n=2 033; Kanada n=2 022; Kroatien n=2 010; Malaysia n=2 013; Mexiko n=2 007; Niederlande n=2 010; Norwegen n=2 027; Österreich n=2 010; Polen n=2 005; Portugal n=2 008; Rumänien n=2 048; Schweden n=2 016; Schweiz n=2120; Singapur n=2018; Slowakei n=2006; Spanien n=2 023; Südkorea n=2 010; Taiwan n=1 008; Tschechien n=2 020; Türkei n=2 019; Ungarn n=2 005; USA n=2 399.

Quelle: Reuters Institute Digital News Survey 2018; Hans-Bredow-Institut.

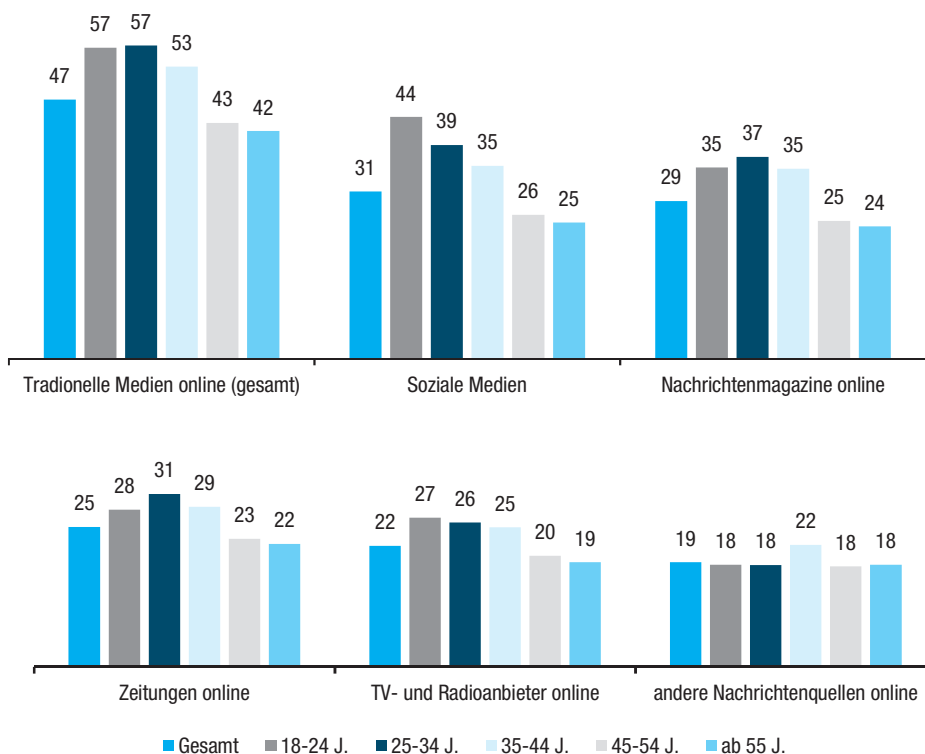
Jahr 2018 kann aber erstmals wieder ein leichter Anstieg auf 37 Prozent verzeichnet werden. Ob dies tatsächlich ein dauerhafter Anstieg ist oder ob es sich um einen positiven Ausreißer innerhalb der jährlichen Schwankung der Messwerte handelt, bleibt abzuwarten (vgl. Abbildung 2).

Hauptsächlich genutzte Nachrichtenquellen in Deutschland und anderen Ländern

Ein Blick auf die längerfristige Entwicklung der Nachrichtenquellen, die die Nutzer als ihre Hauptquelle bezeichnen, verdeutlicht diese Befunde. Tendenziell nennen zunehmend größere Anteile der erwachsenen Onliner in Deutschland das Internet als ihre wichtigste Nachrichtenquelle. Schwankend,

aber insgesamt relativ stabil, sind die Anteile der Internetnutzer ab 18 Jahren, die das Radio oder gedruckte Erzeugnisse als ihre Hauptquelle verstehen, während die Anteile des linearen Fernsehens tendenziell sinken (vgl. Abbildung 3). Dennoch dürfen diese Entwicklungen nicht darüber hinwegtäuschen, dass über alle Altersgruppen hinweg im Durchschnitt knapp jeder zweite Befragte aus der über ein Online-Access-Panel selektierten Stichprobe noch immer das Fernsehen als wichtigste Nachrichtenquelle benennt (49%). Für knapp jeden dritten erwachsenen Onliner ist das Internet das hauptsächlich verwendete Medium, um sich über Nachrichten zu informieren. Im Vergleich der 37 Länder, die sich an dem Survey beteiligen, liegt Deutschland bezogen auf die Anteile der Bevölke-

Abb. 5 Wöchentlich genutzte Nachrichtenquellen online 2018 in Deutschland - nach Alter
in %



Basis: n=2 038.

Quelle: Reuters Institute Digital News Survey 2018; Hans-Bredow-Institut.

rung, die das Internet als ihre wichtigste Quelle erachten, damit auf dem vorletzten Platz (vgl. Abbildung 4).

Die Rolle des Internets und sozialer Medien

Die Kategorie Internet beinhaltet in dieser Darstellung die Onlineangebote von Zeitungen, Zeitschriften bzw. Nachrichtenmagazinen, von Fernseh- und Radioanbietern, soziale Medien, Blogs und andere Onlinequellen. Am häufigsten werden die Onlineabnehmer der traditionellen Medienangebote aus dem Rundfunk- und Printbereich genutzt. Regelmäßig, also mindestens einmal pro Woche, greifen 47 Prozent der befragten Internetnutzer auf diese Möglichkeit per Webseite oder App zurück. In den Altersgruppen bis 34 Jahre sind es 57 Prozent. Soziale Medien dienen für insgesamt 31 Prozent der erwachsenen Onliner in Deutschland auch als Quelle für Nachrichten. In der jüngsten Altersgruppe der 18- bis 24-Jährigen ist dieser Anteil mit 44 Prozent am höchsten (vgl. Abbildung 5).

tuellen Informationen über das Weltgeschehen auch über soziale Medien erhält, dass aber gleichzeitig lediglich 7 Prozent sie als ihre wichtigste Quelle erachten, und für noch nicht einmal 2 Prozent sind sie die einzige Nachrichtenquelle. Selbst in der jüngsten Altersgruppe der 18- bis 24-Jährigen beschränkt nur jeder zwanzigste Onliner die Nachrichtennutzung ausschließlich auf soziale Medien (vgl. Abbildung 6). Soziale Medien spielen somit durchaus eine Rolle im Informationsverhalten der erwachsenen Onliner in Deutschland, aber in der Regel nur als Ergänzung zu anderen Quellen.

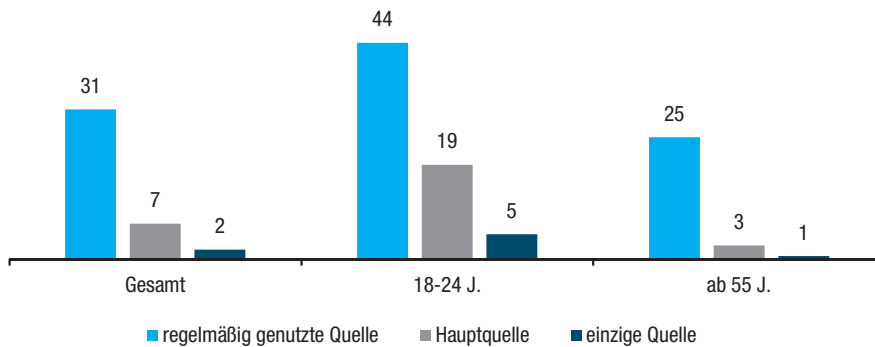
Auch in Bezug auf das Vertrauen, welches den nachrichtlichen Inhalten in sozialen Medien entgegengebracht wird, sind diese Plattformen nicht über alle Zweifel erhaben. Während die Hälfte der erwachsenen Onliner in Deutschland den Nachrichten insgesamt größtenteils vertraut (50 %) und 61 Prozent sagen, dass sie den Nachrichten vertrauen, die sie selbst nutzen, sind die Befragten gegenüber Nachrichten, die in sozialen Medien kursieren, skeptischer eingestellt: Nur 18 Prozent stimmen der Aussage zu, dass sie Nachrichten in den sozialen Medien im Allgemeinen meist vertrauen; 42 Prozent stimmen dieser Aussage nicht zu,

Nachrichten in sozialen Medien weniger vertrauenswürdig

Soziale Medien vor allem als ergänzende Nachrichtenquelle genutzt

Vor dem Hintergrund der anhaltenden Diskussionen über die Gefahr von Filterblasen aufgrund einer Nutzung sozialer Medien für nachrichtliche Informationen, lohnt eine Gegenüberstellung ihrer Verwendung als ergänzende, als hauptsächliche oder als exklusive Quelle. Auf diesem Weg wird deutlich, dass zwar fast jeder Dritte erwachsene Onliner ak-

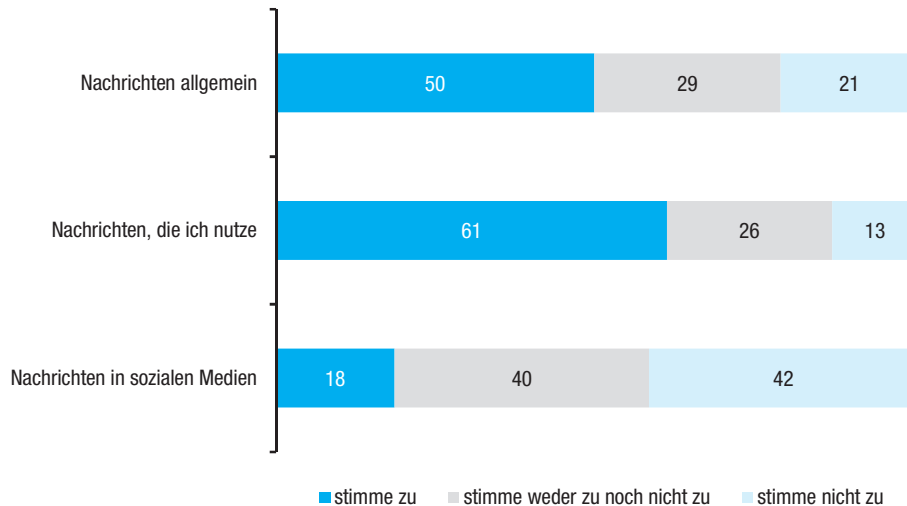
Abb. 6 Social Media als genutzte, wichtigste und einzige Nachrichtenquelle 2018 in Deutschland
in %



Basis: n=1 959.

Quelle: Reuters Institute Digital News Survey 2018; Hans-Bredow-Institut.

Abb. 7 Vertrauen in Nachrichten 2018 in Deutschland
in %



Zustimmung zu Aussagen: „Ich glaube, man kann dem Großteil der Nachrichten meist vertrauen“; „Ich glaube, ich kann dem Großteil der Nachrichten, die ich nutze, meist vertrauen“; „Ich glaube, man kann den Nachrichten in den sozialen Medien meistens vertrauen“.

Basis: n=2 038.

Quelle: Reuters Institute Digital News Survey 2018; Hans-Bredow-Institut.

40 Prozent sind unentschieden (vgl. Abbildung 7). Fehlendes Vertrauen ist in den jüngeren Altersgruppen noch deutlich weiter verbreitet als in den älteren. Unter den 18- bis 24-jährigen Befragten vertrauen 16 Prozent den nachrichtlichen Inhalten in sozialen Medien, 53 Prozent tun dies nicht. (4)

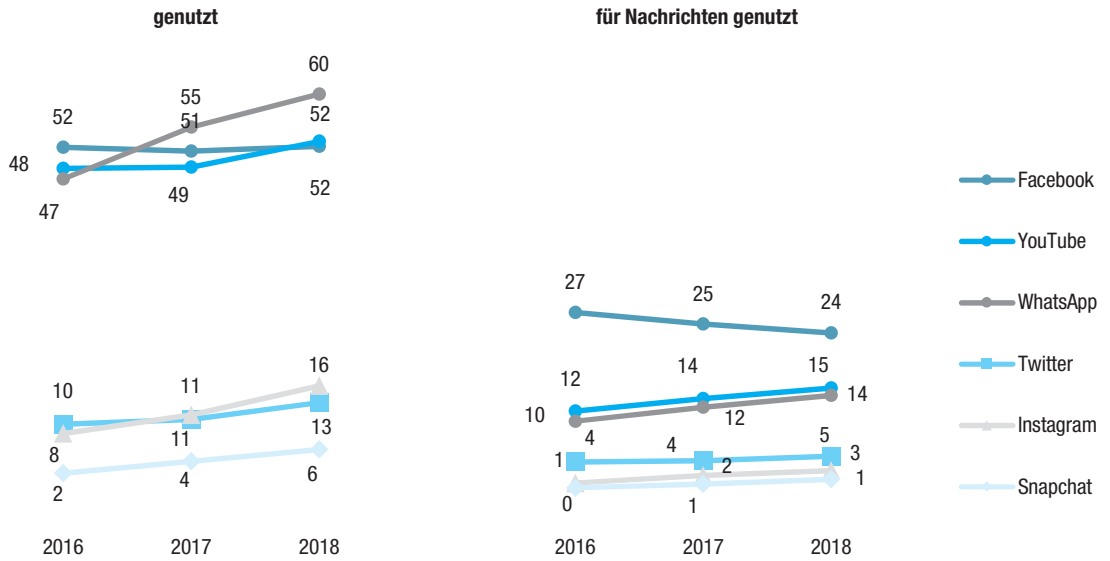
Die meistgenutzten Social-Media-Plattformen sind wie in den Vorjahren Facebook, YouTube und, seit 2017 in dieser Hinsicht auf Platz 1, WhatsApp (vgl. Abbildung 8). Nur knapp die Hälfte der Nutzer erhält über diese Plattformen auch Nachrichten

zum aktuellen Weltgeschehen. Dies ist am häufigsten bei Facebook der Fall: Rund 24 Prozent der befragten Onliner im Alter ab 18 Jahren nutzen dieses Netzwerk auch, um Nachrichten zu suchen, zu lesen, anzuschauen, zu teilen oder um darüber zu diskutieren. Im Vergleich zu den Vorjahren bedeutet dies einen leichten Rückgang, während Nachrichtenkontakte auf YouTube und WhatsApp zunehmen.

Um das nachrichtenbezogene Nutzungsverhalten auf den beiden am weitesten verbreiteten Social-Media-Plattformen besser zu verstehen, wurden diejenigen, die Facebook oder WhatsApp auch für

Nachrichtenbezogene Aktivitäten von Nutzern

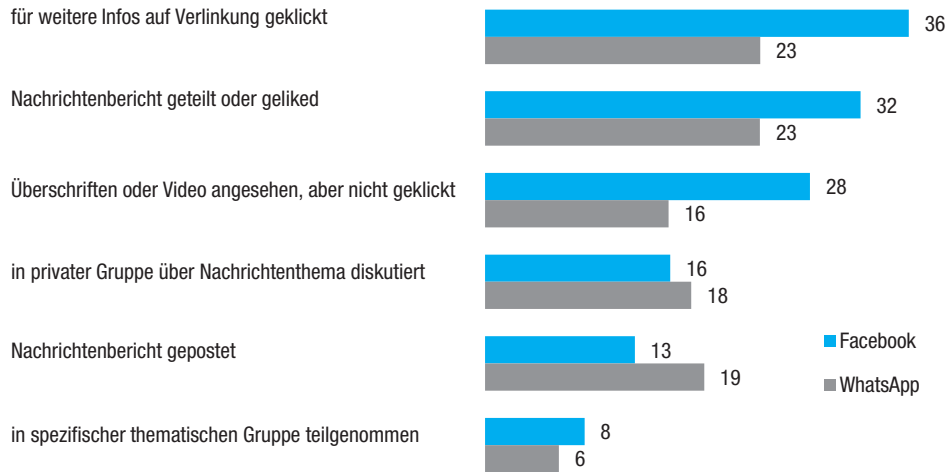
Abb. 8 (Für Nachrichten) genutzte soziale Medien 2016 bis 2018
in %



Basis: 2016: n=2 035; 2017: n=2 062; 2018: n=2 038.

Quelle: Reuters Institute Digital News Survey 2018; Hans-Bredow-Institut.

Abb. 9 Verhalten der Nutzer von Nachrichten auf Facebook und WhatsApp 2018
in %



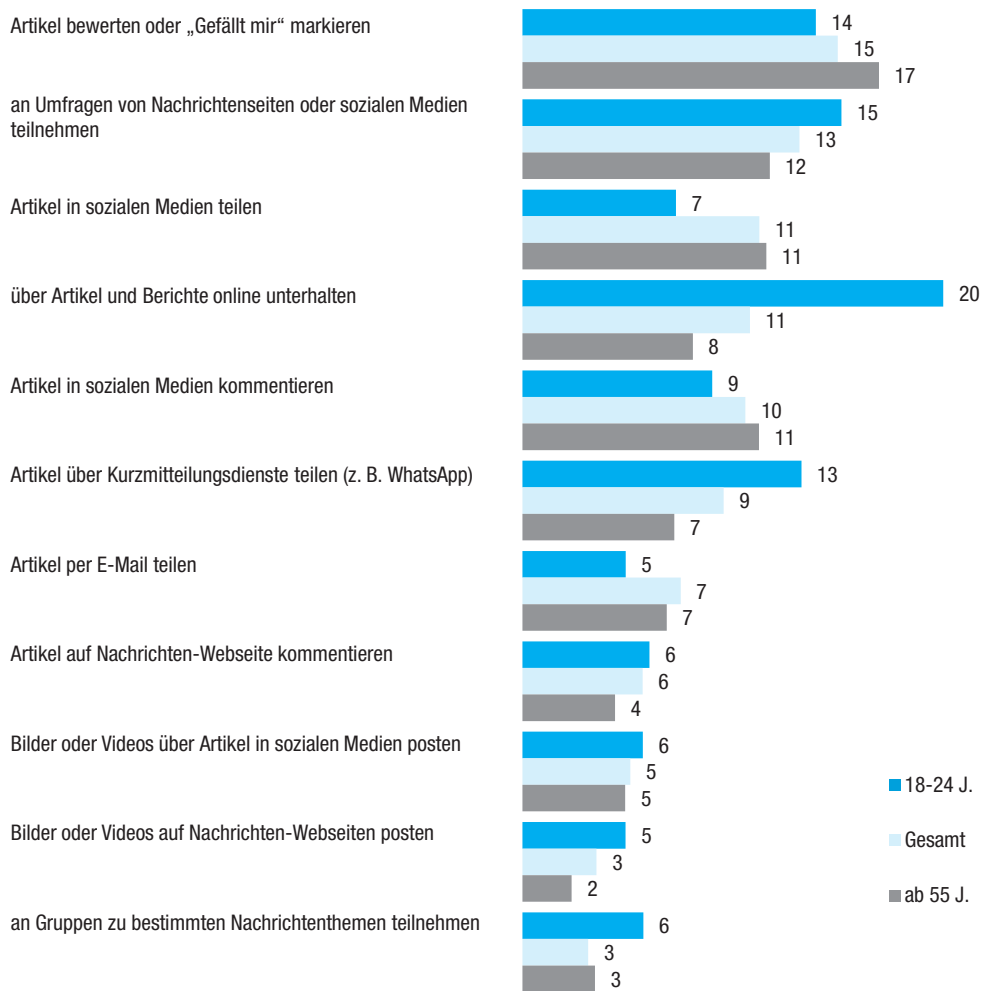
Basis: Facebook: n=480, WhatsApp: n=288.

Quelle: Reuters Institute Digital News Survey 2018; Hans-Bredow-Institut.

Nachrichten verwenden, detaillierter befragt. So gaben 36 Prozent derer, die auf Facebook Nachrichten nutzen, an, in der vergangenen Woche auf einen dort geposteten nachrichtenbezogenen Link geklickt zu haben, 32 Prozent haben einen Beitrag geteilt oder mit einem „Like“ versehen (vgl. Abbildung 9). Auf die gesamte internetnutzende Bevölkerung hochgerechnet, sind das knapp unter 9 Prozent. Diese Anteile liegen höher als bei Whats-

App, dessen Nutzer demgegenüber – den spezifischen Merkmalen dieser Plattform entsprechend – häufiger als die Facebook-Nutzer eigene Nachrichtenbeiträge versenden oder in einer privaten Gruppe über Nachrichten diskutieren. Es bleibt festzuhalten, dass nachrichtenbezogene Aktivitäten, die über die reine Rezeption von Posts hinausgehen, nicht

Abb. 10 Aktive Beteiligung der Nachrichtennutzer 2018
in %



Frage: „Auf welche der folgenden Arten teilen Sie in einer durchschnittlichen Woche die Berichterstattung in den Nachrichten oder nehmen aktiv an der Berichterstattung teil, falls überhaupt? Bitte wählen Sie alle zutreffenden Antworten aus.“

Basis: n=2 038.

Quelle: Reuters Institute Digital News Survey 2018; Hans-Bredow-Institut.

der Normalfall der Nachrichtennutzung sind. Dass die Nachrichtennutzung eher nicht im Fokus der Nutzer von Social-Media-Plattformen steht, kommt auch in dem weiteren Befund zum Ausdruck, dass unter den Nachrichtennutzern auf sozialen Medien lediglich 22 Prozent angeben, einem Nachrichtenangebot zu folgen; 11 Prozent folgen explizit einer bestimmten Journalistin bzw. einem Journalisten. Auf die gesamte Stichprobe bezogen folgen somit etwa 10 Prozent einer Nachrichtenmarke in sozialen Medien und knapp 5 Prozent einer Journalistin bzw. einem Journalisten. (5)

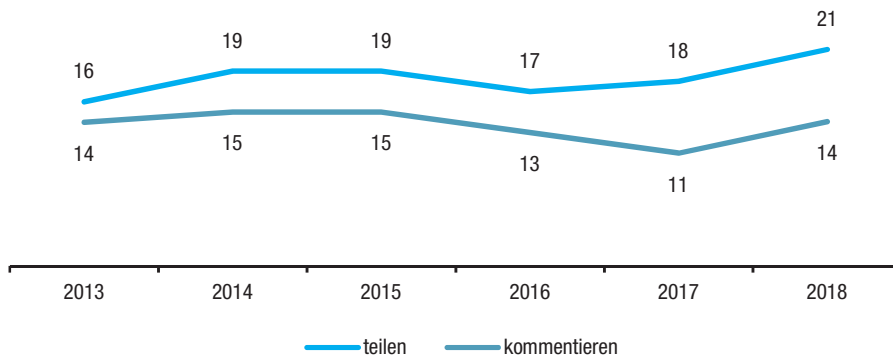
gen, etwa durch Kommentare oder Likes oder auch durch Diskussionsbeiträge in den Kommentarspalten von Nachrichtenseiten. Die entsprechenden Aktivitäten sind auch im Jahr 2018 nur bei einer Minderheit zu beobachten. So sagen zum Beispiel 11 Prozent, dass sie regelmäßig nachrichtenbezogene Artikel in sozialen Medien teilen, 10 Prozent kommentieren sie dort und 6 Prozent kommentieren Beiträge auf den Seiten der Nachrichtenangebote (vgl. Abbildung 10). Die Verbreitung der entsprechenden Aktivitäten ist seit einigen Jahren relativ stabil: Es ist keine Tendenz erkennbar, dass das Interesse, sich aktiv an der Nachrichtenberichterstattung zu beteiligen, ansteigt. Dies gilt insbesondere für das öffentliche Kommentieren von Artikeln (Abbildung 11).

Auffällig ist, dass nicht, wie angenommen werden könnte, die jungen Onliner aktiver sind als die

Aktive Beteiligung relativ gering verbreitet

Die Gesamtstichprobe wurde nach den mit dem Internet gegebenen Möglichkeiten gefragt, sich aktiv an der Nachrichtenkommunikation zu beteiligen

Abb. 11 Aktive Beteiligung an der Nachrichtenberichterstattung 2013 bis 2018
in %

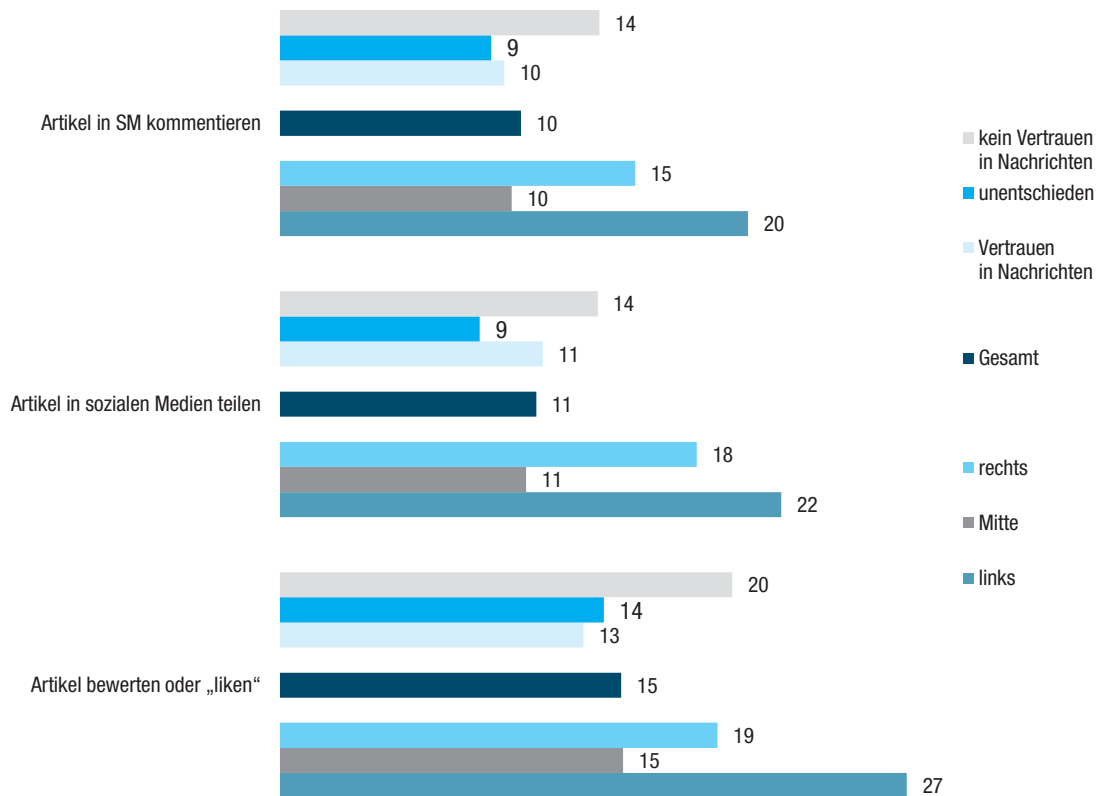


Frage: "Auf welche der folgenden Arten teilen Sie in einer durchschnittlichen Woche die Berichterstattung in den Nachrichten oder nehmen aktiv an der Berichterstattung teil, falls überhaupt?"

Basis: 2013: n=1 064; 2014: n=2 063; 2015: n=1 969; 2016: n=2 035; 2017: n=2 062; 2018: n=2 038.

Quelle: Reuters Institute Digital News Survey 2018; Hans-Bredow-Institut.

Abb. 12 Aktive Beteiligung nach politischer Orientierung und Vertrauen in Nachrichten 2018
in %



Frage: "Auf welche der folgenden Arten teilen Sie in einer durchschnittlichen Woche die Berichterstattung in den Nachrichten oder nehmen aktiv an der Berichterstattung teil, falls überhaupt? Bitte wählen Sie alle zutreffenden Antworten aus."

Frage: "Einige Menschen verwenden zur Beschreibung von Parteien und Politikern die Begriffe 'links', 'rechts' und 'Mitte'. (Allgemein werden sozialistische Parteien als zum linken Flügel gehörig betrachtet, während konservative Parteien eher dem rechten Flügel zugeordnet werden). Wenn Sie an diese Begriffe denken, wo würden Sie sich auf der folgenden Skala selbst einordnen? (Antwortmöglichkeiten: links außen; weit links (links: n=171) etwas links von der Mitte; Mitte; etwas rechts von der Mitte (mitte: n=1 453); weit rechts; rechts außen (rechts: n=123); ich weiß nicht (n=291))."

Frage: "Bitte denken Sie allgemein an Nachrichten. Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu? 'Ich glaube, man kann dem Großteil der Nachrichten meist vertrauen' (Antwortmöglichkeiten: ich stimme überhaupt nicht zu; ich stimme eher nicht zu (kein Vertrauen in Nachrichten: n=436); ich stimme weder zu, noch stimme ich nicht zu (unentschieden: n=592); ich stimme eher zu; ich stimme voll und ganz zu (Vertrauen in Nachrichten: n=1 010))."

Quelle: Reuters Institute Digital News Survey 2018; Hans-Bredow-Institut.

älteren (vgl. Abbildung 10), sondern dass Zusammenhänge vielmehr in Bezug auf die politische Orientierung und das geäußerte Vertrauen in Nachrichten sichtbar werden. Erwachsene Onliner, die sich selbst eher dem rechten oder dem linken politischen Spektrum zuordnen, sind deutlich aktiver, insbesondere in Hinsicht auf das Kommentieren von Nachrichtenartikeln in sozialen Medien und auf den Seiten der Nachrichtenanbieter. Ähnliche Befunde zeigen sich in Bezug auf das Vertrauen, welches der Nachrichtenberichterstattung entgegengebracht wird. Im Verhältnis sind die erwachsenen Onliner in Deutschland, die Nachrichten nicht vertrauen, aktiver als Nutzer, die Nachrichten vertrauen oder in ihrer Meinung unentschieden sind (vgl. Abbildung 12).

Fazit

Insgesamt zeigt sich, dass Nachrichtennutzung in Deutschland vergleichsweise traditionell erfolgt. Die am weitesten verbreitete und wichtigste Quelle, um sich über das Geschehen in der Welt zu informieren, ist nach wie vor das lineare Programmfernsehen. Allerdings zeigt der Langzeitvergleich auch, dass die Zahlen für das Fernsehen leicht rückläufige Tendenzen aufweisen, während das Internet als Quelle für Nachrichten für zunehmende Bevölkerungsanteile relevant wird. Aber auch hier sind die Onlineangebote der traditionellen Anbieter aus dem Rundfunk- und dem Printsektor die zentralen Anlaufstellen. Ihre Nutzung wird jedoch in vielen Fällen auch durch Informationen aus sozialen Medien ergänzt. Die Bevölkerungsanteile, die sich hingegen ausschließlich aus sozialen Medien informieren, sind in allen Altersgruppen ausgesprochen klein. Zudem lässt sich im Vergleich zu der Gesamtkategorie „Internet“ für diese Plattformen kein ansteigender Trend in ihrer Rolle als Nachrichtenquelle feststellen. Insbesondere Facebook hat in den vergangenen Jahren in dieser Funktion an Reichweite verloren, während WhatsApp, also der direkte und nicht öffentliche Austausch von Mitteilungen, zulegen konnte. Dies ist sicherlich auch auf das mangelnde Vertrauen zurückzuführen, wel-

ches den über soziale Medien verbreiteten Nachrichten entgegengebracht wird.

Ergänzend dazu verdeutlichen die vergleichsweise geringen Anteile an Internetnutzern, die in Deutschland journalistischen Angeboten in sozialen Medien folgen oder für weiterführende Informationen auf die geposteten Links klicken, dass Facebook, YouTube und Co. hauptsächlich für andere Zwecke als für Informationen über das aktuelle Weltgeschehen verwendet werden. Bemerkenswert ist ebenfalls die sich in ihrer Tendenz wiederholende Befundlage zur aktiven Beteiligung an der Nachrichtenberichterstattung. Der Anteil der Onliner, die sich in sozialen Medien zum Nachrichtengeschehen äußern, ist seit vielen Jahren auf einem recht geringen Niveau stabil und in allen Altersgruppen ähnlich groß. Darüber hinaus bestätigt sich, dass sich eher diejenigen äußern, die sich selbst an den Rändern des politischen Spektrums verorten und/oder kein Vertrauen in die Nachrichtenberichterstattung haben – ein Befund, der berücksichtigt werden sollte, bevor von Beobachtungen der Kommunikation in den sozialen Medien vorschnell auf die Meinungen in der Gesamtbevölkerung geschlossen wird.

Soziale Medien weiterhin eher für andere Zwecke als Nachrichten genutzt

Nachrichtennutzung in Deutschland vergleichsweise traditionell

Anmerkungen:

- 1) Argentinien, Australien, Belgien, Brasilien, Bulgarien, Chile, Dänemark, Deutschland, Finnland, Frankreich, Griechenland, Großbritannien, Hongkong, Irland, Italien, Japan, Kanada, Kroatien, Malaysia, Mexiko (urbane Regionen), Niederlande, Norwegen, Österreich, Polen, Portugal, Rumänien, Schweden, Schweiz, Singapur, Slowakei, Spanien, Südkorea, Taiwan, Tschechien, Türkei (urbane Regionen), Ungarn, USA.
- 2) Vgl. Liljeberg, Holger/Sindy Krambeer: Bevölkerungsrepräsentative Onlinebefragungen. Die Entdeckung des „Schwarzen Schimmels“? In: Planung und Analyse 2012, Sonderdruck: Online, social, mobile: What's next?, S. 1–6.
- 3) Laut ARD/ZDF-Onlinestudie galten im Frühjahr 2018 gut 90 Prozent der deutschen Bevölkerung ab 14 Jahren als Internetnutzer („mindestens selten genutzt“); vgl. Frees, Beate/Wolfgang Koch: ARD/ZDF-Onlinestudie 2018: Zuwachs bei medialer Internetnutzung und Kommunikation. Ergebnisse aus der Studienreihe „Medien und ihr Publikum“ (MiP). In: Media Perspektiven 9/2018, S. 398–413, hier S. 398.
- 4) Vgl. Hölig, Sascha/Uwe Hasebrink: Reuters Institute Digital News Report 2018 – Ergebnisse für Deutschland (Bd. 44). Hamburg 2018.
- 5) Vgl. ebd.

