

GLAUBWÜRDIGKEITS- WAHRNEHMUNG VON JUGENDLICHEN AUF YouTube

EINLEITUNG

Seit dem Jahr 2005 hat sich YouTube als größte und einflussreichste Medienplattform für Bewegtbilder etabliert und stellt gleichzeitig das wichtigste Leitmedium für Jugendliche dar. Welchen Einfluss YouTube auf den politisch- gesellschaftlichen Diskurs haben kann, wurde nicht zuletzt am Beispiel des Videos „Die Zerstörung der CDU“ des YouTubers „Rezo“ deutlich. Diese Politisierung der YouTube-Szene stellt daher auch eine Herausforderung für die Medienbildung von Schüler_innen in der Schule dar. In der Forschungsarbeit soll sich deswegen näher mit der Medienplattform YouTube beschäftigt werden, wobei der Fokus der Forschung vor allem auf der Glaubwürdigkeitswahrnehmung von Schüler_innen zu politisch-gesellschaftlich relevanten Themen gelegt werden soll. Die Forschungsfrage lautet:

Wie wählen Jugendliche Videos zu politisch-gesellschaftlich relevanten Themen auf YouTube hinsichtlich Glaubwürdigkeit aus?

METHODEN

Der vorliegenden empirischen Untersuchung wird der deskriptive Forschungsansatz zugrunde gelegt, da die Durchführung der Empirie mittels einer standardisierten Befragung erfolgt. Bei deskriptiven Studien ist der methodische Ansatz **quantitativ**. Die dafür notwendigen Daten werden auf Grundlage einer repräsentativen Stichprobe erhoben und im Anschluss statistisch ausgewertet. Als repräsentative Stichprobe wurden Schülerinnen und Schüler aus **Stadtteilschulen und Gymnasien im Alter von 11 – 20 Jahren** gewählt. Insgesamt nahmen **102 Schülerinnen und Schüler** an der Befragung teil. Diese fand im Zeitraum zwischen dem 22.11.2020 und 18.12.2020 statt. Hierbei wurde ein **standardisierter Online-Fragebogen** verwendet, dem eine fünfstufige Likert-Skala zugrunde liegt mit Zahlenvergabe eins bis fünf und verbaler Beschreibung der Punkte von „ich stimme gar nicht zu“ bis „ich stimme sehr zu“. Unter Annahme gleicher Abstände zwischen den einzelnen Skalenpunkten konnten die Daten als metrisch interpretiert und durch multiple Regression statistisch ausgewertet werden.

THEORIE

Im allgemeinen Sprachgebrauch ist die Bedeutung der **Glaubwürdigkeit** eindeutig festgelegt. In der Forschung hingegen existiert keine einheitliche Definition. Das hängt vor allem damit zusammen, dass das Konzept der Glaubwürdigkeit seit jeher in verschiedenen Forschungsrichtungen unterschiedlich betrachtet und genutzt wird. Als Grundlage für die meisten Glaubwürdigkeitsmodelle dient die Glaubwürdigkeitskonzeption von Hovland (1951), welche den Einflussvariablen Vertrauenswürdigkeit und Expertise zugrunde liegt. Neben diesen Variablen, die heute noch als die stärksten Faktoren für die Glaubwürdigkeitsbeurteilung gelten, wurden weitere Faktoren identifiziert, wie bspw. direkte Empfehlungen von Freunden oder Bewertungen anderer Personen. Damit ergeben sich für unser Glaubwürdigkeitsmodell die **Einflussvariablen Vertrauenswürdigkeit, Expertise und Empfehlungen**.

HYPOTHESEN

- (I.) Die Vertrauenswürdigkeit eines YouTube-Kanals hat einen positiven Einfluss auf die Glaubwürdigkeitswahrnehmung.
- (II.) Empfehlungen von YouTube-Videos haben einen positiven Einfluss auf die Glaubwürdigkeitswahrnehmung.
- (III.) Die Expertise eines YouTube-Kanals hat einen positiven Einfluss auf die Glaubwürdigkeitswahrnehmung.

ERGEBNISSE

Die statistische Auswertung der Daten erfolgte über eine Regressionsanalyse. Dafür kam das Programm **SPSS** zum Einsatz. Die Regressionsanalyse modelliert Beziehung zwischen einer abhängigen (Glaubwürdigkeit) und einer oder mehrerer unabhängiger Variable (Expertise, Empfehlung, Vertrauenswürdigkeit).

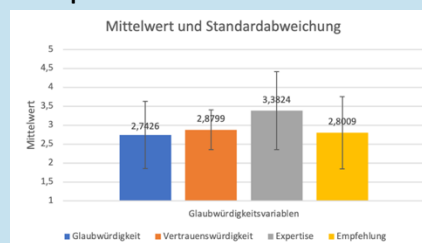
Regressionsanalyse:

Die Regressionsanalyse ergab folgende Regressionsgleichung:

$$y = 0,843 \cdot x_1 + 0,074 \cdot x_2 + 0,306 \cdot x_3 - 0,791$$

Vertrauenswürdigkeit | Empfehlung |
Expertise | Glaubwürdigkeit

Deskriptive Statistiken:



Die durchschnittliche Antwort zur Glaubwürdigkeitswahrnehmung von YouTube-Videos liegt bei etwa 2,7. Die durchschnittlichen Antworten der Einflussvariablen liegen darüber, allerdings zum Teil mit größerer Streuung.

Durch Regressionsanalyse konnten ebenfalls die aufgestellten Hypothesen folgendermaßen verifiziert/falsifiziert werden:

- | | |
|------------------------|-----------|
| I. Hypothese: | bestätigt |
| II. Hypothese: | bestätigt |
| III. Hypothese: | verworfen |

t-Test:

Es gibt keinen signifikanten Unterschied im Antwortverhalten zwischen Mädchen und Jungen sowie zwischen den beiden Schulformen.

ZUSAMMENFASSUNG & AUSBLICK

Im Rahmen der Forschung konnte die Forschungsfrage beantwortet werden. Zwei (Vertrauenswürdigkeit und Empfehlung) der drei Einflussfaktoren weisen einen signifikanten positiven Einfluss auf. Die Expertise weist im vorliegenden Ergebnis ebenfalls einen positiven Einfluss auf, dieser ist allerdings nicht signifikant. Bei der durchgeführten Untersuchung konnte daher gezeigt werden, dass bei Jugendlichen sowohl die Dimension Vertrauenswürdigkeit als auch die Dimension Empfehlung wichtige Einflussgrößen bei der Beurteilung der Glaubwürdigkeit von YouTube-Videos darstellen. Studien zeigen, dass Jugendliche vermehrt YouTube zur Informationsbeschaffung nutzen, und sich auch über aktuelle Nachrichten informieren (vgl. JIM Studie 2019, S. 38-41). Hierbei ist es vor allem wichtig, zwischen glaubwürdigen und unglaubwürdigen Medien zu unterscheiden. Die Ausbildung von Medienkompetenzen gewinnt daher immer mehr an Bedeutung.