

Journal für korporative Kommunikation

Insa von Jürgensonn

*ESG-Ansätze bei Immobilien Anlageprodukten – Verantwortung oder Versuchung?
Nachhaltige Investitionen als Impact Opportunity des Jahrhunderts 2*

Julia Altmann

*Erlaub ist, was gefällt. Kooperative Krisenkommunikation im Spannungsfeld zwischen
ethischen Grenzen und technischem Fortschritt in der Biotechnologie 14*

Michelle Becker

*Wie Situationen Konsumenten beeinflussen. Der Einfluss von Rollen, Situationen
und Erwartungen auf die strategische Marketingplanung 25*

Oliver Held

NGOs und die gesellschaftliche Mobilisierung 33

Vanessa Lina Helm

*Wenn aus Spaß Ernst wird: Die Tagesschau auf TikTok als Medium zur
Politikvermittlung für die Generation Z 43*

Lennart Kallewegge

Sportswashing - Wie Nationen den Sport im internationalen Austausch (aus-)nutzen 54

Charlotte Pohl

Interaktionsrituale in der Gaming Community 64

Elena Willeboordse

Alles nur ein Spiel? – Zur Konstruktion sozialer Ordnung im Internet 72

Ausgabe 1/2021

journal-kk.de - ISSN: 2365-6662 - Herausgeber: Dr. Jan Rommerskirchen

Vanessa Lina Helm: Wenn aus Spaß Ernst wird: Die Tagesschau auf TikTok als Medium zur Politikvermittlung für die Generation Z

Die politische Gleichheit als primäres Ziel demokratischer Gesellschaften ist in Gefahr. Dieser Befund lässt sich durch die Ungleichheiten in der politischen Partizipation belegen. Besonders junge Menschen mit einem niedrigen Bildungsniveau üben sich in politischem Desinteresse und politischer Enthaltung. Ihnen fehlen die nötigen Kompetenzen, basierend auf politischen Informationen und Wissen, zur Artikulation eines politischen Interesses und damit zur politischen Partizipation. Medien haben in einer Demokratie die wesentliche Aufgabe zur Herstellung einer gemeinsamen Öffentlichkeit, in dem sie durch ihre Informations- und Bildungsfunktion in der politischen Dimension zur Herausbildung mündiger Bürger beitragen. Empirische Belege zeigen jedoch, dass nicht alle gesellschaftlichen Klassen von diesen Bemühungen im gleichen Maße profitieren. Hierbei sind es jene, die ein geringen Bildungsstand aufweisen. Ihr Medienverhalten ist zumeist unterhaltungsorientiert und eine Abkehr von journalistischen Informationsangeboten ist festzustellen. Inwiefern TikTok als Trendmedium der Generation Z beitragen kann, diese Klüfte in der Informiertheit zu schließen ist aufgrund der Neuwertigkeit der Plattform bislang unerforscht. Aufgrund dessen möchte der vorliegende Forschungsartikel mit der Frage: Inwiefern wird TikTok als Distributionskanal für die Beschaffung von politischen Informationen akzeptiert? Eine Antwort darauf geben, ob TikTok bestehende Klüfte der Informiertheit schließen kann und damit zur Herstellung einer gemeinsamen Öffentlichkeit und politischen Gleichheit beitragen kann. Die Ergebnisse zeigen, dass TikTok das Potential hat Informations- und Wissensklüfte zu schmälern und den Informationsstand anzuheben, wengleich nicht davon auszugehen ist, dass die Herstellung politischer Gleichheit vollkommen erzielt werden kann.

Wenn aus Spaß Ernst wird. Unter diesem Slogan versteht sich die Symbiose aus dem seriösen Nachrichtenformat der Tagesschau und der auf Kreativität ausgerichteten Social-Media-Plattform TikTok.

TikTok schaut derzeit auf eine zweijährige Erfolgsgeschichte zurück und das Wachstum der Plattform scheint gegenwärtig nicht abzuflachen. Besonders die Generation Z bekräftigt diesen Hype und macht TikTok zu dem Trendmedium dieser Generation. Dies ist ebenso Marken und Unternehmen bewusst, die zunehmend auf das Medium zurückgreifen, um sich selbst bei der Zielgruppe zu positionieren. Ein wesentlicher Vorreiter stellt hierbei die traditionsreiche Tagesschau der ARD dar. Aktuell verzeichnet ihr Account über 600.000 Follower und die kreativen sowie an den journalistischen Qualitätskriterien ausgerichteten Kurzvideos erreichen bis zu 1,3 Millionen Views (vgl. Tagesschau, 2020.). Eine enorme Reichweite für eine Marke, welche die junge Zielgruppe über die tradierten Medien nur schwer erreicht. Deshalb will die Tagesschau diese Plattform ebenso zur Distribution und Vermittlung politischer Nachrichten und Informationen nutzen (vgl. Horizont online/dpa, 2019.). Nachrichten sind in einer demokratischen Gesellschaft von wesentlichem Wert. Sie dienen dazu die Bürger über politische Themen und Geschehnisse in Kenntnis zu setzen, damit diese zu mündigen und in-

formierten Staatsbürgern werden, die sich am politischen Willens- und Entscheidungsprozess beteiligen. Dies wiederum ist die Voraussetzung für eine funktionierende Demokratie. Die politische Bildung im Sinne des Informationstransfers erfolgt dabei durch verschiedene gesellschaftliche Akteure wie Schulen und Medien. Vorliegende empirische Ergebnisse zeigen jedoch, dass nicht alle Mitglieder der Generation Z politisch interessiert sind und politisch partizipieren. Hierbei sind es vorrangig diejenigen, die ein geringes Bildungsniveau aufweisen (vgl. Albert et.al., 2019, S. 49 f.). Dadurch ist die politische Gleichheit, welche sich durch die politische Partizipation realisiert, als demokratisches Grundziel in Gefahr. Die Wissensklüftforschung hat gezeigt, dass die Medien nicht dazu in der Lage sind alle Bürger im gleichen Maße zu bilden, wobei die geringer gebildeten Menschen von dem medialen Informationsangebot weniger profitieren. Besser gebildete Menschen haben aufgrund vorhandener Kompetenzen und Interessen bessere Chancen von den medialen Informationen zu politischen Themen zu profitieren und nutzen diese zum Erwerb von Wissen. Aufgrund dieser Erkenntnis zeigt sich, dass bestehende Ungleichheiten in der Bildung durch die Medien verstärkt beziehungsweise nicht ausgeglichen werden können (vgl. Tichenor, Donohue & Olien, 1970). Den Grund hierfür liefern weitere Studien, die zeigen, dass Menschen mit geringerer

formaler Bildung vermehrt auf unterhaltungsorientierte Darstellungsformen und Inhalte zurückgreifen und gleichzeitig Medienangebote, die seriös und qualitativhochwertig sind, nicht in ihrer Medienauswahl berücksichtigen (vgl. Siegel & Thiele, 2015, S.91 ff.). Deshalb ist es umso wichtiger dieser Personengruppe seriöse und qualitativanspruchsvolle Medieninhalte zu vermitteln. Nur so ist es möglich, dass sich Klüfte der Informiertheit und des Wissens angleichen können und die jungen Menschen mit geringer formaler Bildung ebenso die Kompetenzen erhalten, die sie zur politischen Partizipation und zum Aufbau eines politischen Interesses benötigen. Hierdurch soll es möglich werden eine gemeinsame Öffentlichkeit und die politische Gleichheit herzustellen. TikTok stellt hierbei eine Option dar dieses Ziel zu erreichen. Aufgrund der Popularität und Ausrichtung an Unterhaltung sowie Kreativität gepaart mit Accounts wie der Tageschau, verbindet es die seriösen und qualitätsjournalistischen Inhalte der Politikvermittlung mit ansprechenden und animierten Darstellungsweisen der Plattform. Da TikTok bisher ein recht neuartiges Phänomen der Social-Media-Welt darstellt, ist das Forschungsfeld rund um die App bisher relativ unberührt. So existieren bis dato nur einzelne Forschungen zu den Themen Nutzerzahlen und Nutzerverhalten sowie Vertrauen gegenüber der Plattform. Mit der Beantwortung der Frage: Inwiefern wird TikTok als Distributionskanal für die Beschaffung von politischen Informationen akzeptiert? will der vorliegende Forschungsbericht erste empirische Erkenntnisse liefern. Mittels der Beantwortung dieser Fragestellung soll es möglich sein einen Ausblick darauf zu geben, ob TikTok dazu fähig ist, den Informationsstand bei bildungsfernen Jugendlichen anzuheben und damit Wissens- und Informationsklüfte in der jungen Generation zu schließen. Daraufhin soll geklärt werden, ob TikTok die politische Ungleichheit nivellieren und das Herstellen einer gemeinsamen Öffentlichkeit ermöglichen kann.

Soziale Ungleichheiten als Gefahr der demokratischen Verfasstheit

Politik in einer Demokratie ist die Angelegenheit der Öffentlichkeit. Alle Staatsbürger einer Demokratie sind dazu berechtigt am Willens- und Entscheidungsprozess teilzunehmen und sollen gemeinsam über politische Entscheidungen verhandeln und entscheiden.

Hierdurch sollen die Interessen aller Bürger bei politischen Entscheidungen berücksichtigt und damit die politische Gleichheit gewahrt werden (vgl. Meyer, 2009, S.18.). Die Wahrung dieser politischen Gleichheit sehen die Vertreter der postdemokratischen These in Gefahr. Ein wesentlicher Vertreter dieser These ist Crouch. Er sieht die Demokratie als System geschwächt und stellt Funktionsstörungen fest (vgl. Schmidt, 2019, S. 260f.). Die Postdemokratie zeichnet sich seiner Meinung dadurch aus, dass nur formal Wahlkämpfe stattfinden und die Bürger zunehmend ihren politischen Einfluss verlieren, da die wesentlichen Entscheidungen im Hintergrund von den reichen Eliten und Lobbyisten gemacht werden und die Bürger sich vermehrt aus dem politischen Entscheidungsprozess zurückziehen (vgl. Crouch, 2017, S.10f.). Als wesentliche Einflussfaktoren auf diese Entwicklungen sieht Crouch den Statusverlust der ehemaligen Arbeiterklasse, den zunehmenden Einfluss der Wirtschaftseliten, die marktwirtschaftliche Ausrichtung der politischen Kommunikation sowie der Staatsaufgaben (vgl. Schmidt, 2019, S.261f.). Statt der steilen Hypothese Crouchs, dass sich alle Bürger aus dem politischen Willens- und Entscheidungsprozess zurückziehen, zeigt sich, dass das politische Interesse und die politische Beteiligung der jungen Generation stetig zunehmen. Besonders Protestbewegungen wie „Fridays for Future“ oder „Black lives Matter“ belegen diese Annahme. Jedoch zeigt sich ebenso, dass nicht alle Jugendlichen und jungen Erwachsenen im gleichen Maß politisch interessiert sind und sich politisch beteiligen, wodurch die politische Ungleichheit widerspiegelt wird. Junge Menschen mit einem niedrigen formalen Bildungsabschluss sind weniger politisch interessiert und partizipieren weniger an der Politik als bildungsstarke Jugendliche (vgl. Albert, et al., 2019, S. 49 f.). Demnach sind Bildungsungleichheiten für die politischen Ungleichheiten verantwortlich, wodurch die Verfasstheit der deutschen Demokratie negativ beeinflusst wird. Der Grund hierfür ist das Fehlen einer politischen Kompetenz. Die politische Kompetenz besteht aus den vier Unterdimensionen politisches Wissen, der Fähigkeit zur Beurteilung der Politik sowie zum eigenen politischen Handeln und dem Interesse an Politik (vgl. Detjen, Massing, Richter & Weißeno, 2012, S. 13.). Hierbei hat das politische Wissen einen hohen Einfluss auf die restlichen drei Faktoren der politischen Kompetenz. Je höher das Fachwissen der Menschen zu politischen

Themen, desto höher ist ihre Möglichkeit zur Urteilsbildung. Gleiches gilt für das politische Interesse. Ebenso setzt kompetentes politisches Handeln einen hohen Wissensstand voraus (vgl. Weißeno, Richter, Massing und Detjen, 2013, S. 249.). Die politische Kompetenz eines Bürgers ist demnach grundlegend durch das Vorhandensein von politischen Informationen und Wissen beeinflusst. Fehlen diese, so kann aufgrund fehlender politischer Kompetenz eine politische Einflussnahme im Sinne der Partizipation nicht erfolgen. Die Vermittlung politischen Wissens sowie der Urteils- und Handlungsfähigkeit und damit politische Kompetenz erfolgt durch die politische Sozialisation innerhalb von Bildungsinstitutionen wie Schulen, der Familie oder den Medien (vgl. Lange, Onken, Korn, 2013, S. 19 f.). Hierbei wird in der vorliegenden Arbeit die Annahme getroffen, dass ein hohes Bildungsniveau mit einer hohen politischen Kompetenz und damit mit einem hohen Maß an verfügbarem Wissen und Informationen, als Voraussetzung für politische Kompetenz, einhergeht und umgekehrt. Dies ergibt sich aus dem Zusammenhang des Bildungsniveaus und der politischen Teilhabe, die wiederum politische Kompetenz und damit Wissen und Informationen voraussetzt. Demnach ist Bildung eine wichtige Ressource, um am politische Willens- und Entscheidungsprozess teilzunehmen und die politische Gleichheit aufgrund umfassender politischer Partizipation herzustellen. Die ungleiche Verteilung von Ressourcen wird in der Soziologie unter der Begrifflichkeit der sozialen Ungleichheiten behandelt. Diese wiederum sind das Resultat gesellschaftlicher Strukturprozesse, die unterschiedliche Machtgefüge entstehen lassen, wodurch eine ungleiche Verteilung von Ressourcen zustande kommt, da nicht jeder den gleichen Zugang zu diesen aufgrund seiner sozialen Position in der Gesellschaft hat (vgl. Dahrendorf, 1967, S. 336.). Ein wesentlicher Ansatz zur Beschreibung sozialer Ungleichheiten stammt von Bourdieu. Für ihn sind soziale Ungleichheiten das Resultat ungleicher Kapitalansammlungen im gesellschaftlichen Gefüge. Er unterscheidet dabei vier wesentliche Kapitalarten: das ökonomische, kulturelle, soziale und symbolische Kapital. Das ökonomische Kapital lässt sich in Eigentum und finanziellen Ressourcen vorfinden. Beim kulturellen Kapital handelt es sich um bildungsähnliches Kapital, das sich in drei Dimensionen darlegt. Diese sind das objektivierte, inkorporierte und institutionalisierte kulturelle Kapital. Bei ersterem handelt es sich um kulturelles Kapital im Sinne von beispielsweise

Kunst. Zweiteres ist inkorporiert in Form von Kompetenzen und Handlungswissen vorzufinden. Dieses wird primär durch den familiären Sozialisationsprozess bei Kindern gefördert. Die dritte Dimension ist in Form von formalen Bildungsabschlüssen vorzufinden. Das soziale Kapital beschreibt die sozialen Beziehungen eines Individuums, während es sich bei dem symbolischen Kapital um das entgegengebrachte Ansehen von anderen Individuen handelt (vgl. Bourdieu, 1983.). Die Menge und Qualität der vorhandenen Kapitalien entscheiden über die jeweilige individuelle Position im gesellschaftlichen Konstrukt (vgl. van Esse, 2013, S. 19.). Gleichzeitig erfolgt hierdurch eine Zuordnung zu einer gesellschaftlichen Klasse, die wiederum einen gewissen Habitus, der Dispositionen des Handelns, Denkens und Geschmacks vorgibt, vorweist. Dieser Habitus wird durch die Sozialisation innerhalb einer Klasse an die Individuen weitergegeben und ist lebenslang verinnerlicht (vgl. Bourdieu, 1997, S. 61 f.). An diesem Konzept orientiert sich Reckwitz bei seiner Beschreibung der gegenwärtigen Gesellschaftsstruktur. Trotz zunehmender Individualisierungsthese behauptet er, dass das Konstrukt der Klassen sich erneut zur Beschreibung der Gesellschaftsstruktur eignet. Laut Reckwitz existieren derzeit drei wesentliche Klassen. Hierbei handelt es sich um die neue Mittelklasse, die alte Mittelklasse sowie die Unterklasse. Diese Aufteilung ergibt sich durch den Paternostereffekt, bei dem es gleichzeitig zu sozialen Auf- und Abwärtsbewegungen kommt (vgl. Reckwitz, 2019, S. 110.). Während sich die neue Mittelklasse aus der alten Mittelklasse gebildet hat und als wesentlicher Profiteur der gesellschaftlichen Entwicklungen wie der Bildungsexpansion gilt, sind die alte Mittelklasse und die Unterklasse die Verlierer dieser Entwicklungen. Sie können von diesen nicht profitieren und erfahren gleichzeitig eine gesellschaftliche Herabsetzung. Dies äußert sich unter anderem in dem sehr hohen kulturellen Kapital der neuen Mittelklasse und dem zur selben Zeit sehr geringen kulturellen Kapital der Unterklasse. Demnach lässt sich die heutige Gesellschaft besonders durch die Akkumulation des kulturellen Kapitals strukturieren (vgl. Reckwitz, 2019, S. 138 ff.). Ein wesentlicher Grund hierfür ist die Bildungsexpansion (vgl. Reckwitz, 2019, S. 144.). Das primäre Ziel dieser war es, das allgemeine Bildungsniveau anzuheben und die Chancengleichheit für die Ressource Bildung herzustellen (vgl. Hadjar, 2008, S. 117.). Zwar hat sich das Bildungsniveau allgemein angehoben, jedoch konnten

die bestehenden Ungleichheiten im Zugang und Erfolg der Bildung nicht beseitigt werden. Der wesentliche Grund hierfür ist die Herkunft der Kinder und Jugendlichen. So haben Kinder aus bessergestellten Klassen weiterhin besser Chancen auf ein erfolgreiches Absolvieren des Bildungssystem. Kinder aus unteren Klassen können diese Chancen zumeist nicht verwirklichen (vgl. Albert, et al., 2019, S. 167 f.). Kinder aus benachteiligten Klassen erhalten aufgrund ihrer Sozialisation zumeist nicht die Kompetenzen, die sie zur erfolgreichen Bewältigung des Bildungssystem benötigen. Die Schule als Institution der politischen Bildung kann diese Ungleichheiten in der Kompetenzausstattung nicht ausgleichen und fördert stattdessen die Kinder, die bereits bessergestellt sind (vgl. Bourdieu & Passeron, 1971.). Demnach ist das Bildungssystem nicht im Stande dazu die politische Gleichheit, durch die Bildung der Kinder und Jugendlichen, herzustellen. Vor diesem Hintergrund gilt es zu klären, inwiefern die Medien als Politikvermittler dieser Aufgabe gerecht werden können. Die Medien als Politikvermittler in demokratischen Gesellschaften haben in einer Demokratie die wesentliche Aufgabe Informationen zu vermitteln. Hierzu haben sich die Massenkommunikation und die Massenmedien etabliert. Sie erfüllen neben ihrer Leitfunktion der Informationsvermittlung, ebenso soziale, wirtschaftliche und politische Funktionen (vgl. Rhomberg, 2009, S. 22.). In letzterer müssen sie eine gemeinsame Öffentlichkeit herstellen und damit die Legitimation der Demokratie durch informierte und mündige Bürger sicherstellen (vgl. Beck, 2020, S. 109.). Die Professionalisierung dieser Aufgabe spiegelt sich in der Politikvermittlung wider. Hierbei geht es im Wesentlichen um die Darstellung von Politik, um die Bürger über das politische Geschehen zu informieren (vgl. Bruns & Marcinkowski, 1997, S. 20.). Mit der Vermittlung politischer Inhalte und Themen tragen publizistische Medien demnach essentiell zur Bildung der Gesellschaft bei, indem sie die Informiertheit der Bürger fördern und sie gleichzeitig politisch sozialisieren. Hierdurch werden den Bürgern ihre Stellung und Aufgaben innerhalb einer demokratischen Gesellschaft vermittelt. Sie werden dahingehend gebildet, dass sie die Kompetenzen vermittelt bekommen, politische Vorgänge zu verstehen und Informationen diesbezüglich anzuwenden (vgl. Rhomberg, 2009, S. 28.). Hierbei handelt es sich um die beschriebene politische Kompetenz. Für die professionelle Vermittlung politischer Inhalte und Themen hat

sich das Tätigkeitsfeld der Politikberichterstattung als das Ergebnis journalistischer Arbeit herausgebildet. Grundlegend umfasst das Aufgabenfeld die Zusammenstellung, Erzeugung sowie die zur Verfügungstellung und Aufbereitung von Weltgeschehen, sowie politischen, wirtschaftlichen und sozialen Inhalten. Diese Inhalte erheben den Anspruch der Faktizität, Aktualität und gesellschaftlichen Relevanz (vgl. Beck, 2020, S. 152.). Das gängigste Format der Politikvermittlung stellen Nachrichten dar. Sie informieren kurz, aktuell und objektiv über die Politik. Mit sogenannten Frames nehmen die Medien bei der Verfassung und Veröffentlichung von Nachrichten Einfluss auf Interpretationsweisen und Bedeutungszuschreibungen vonseiten der Rezipienten. Aufgrund ihrer eigenen Auffassungen und Vermutungen zu den Informationen und Themen, geben sie innerhalb der Nachrichten gewisse Deutungsmuster für die Inhalte vor (vgl. Engelmann & Scheufele, 2016, S. 443 f.). Mithilfe von Medienschemata ist es den Nachrichtenkonsumenten möglich die inhaltliche Quantität und Qualität der einzelnen Formate einzuordnen. Hierbei werden Nachrichtenformaten wie der Tagesschau eine höhere Qualität und damit einhergehend eine höhere Bedeutung hinsichtlich ihrer Fähigkeit zur Orientierung zugesprochen als Nachrichtensendungen der privaten Rundfunkanstalten, die ihren Fokus auf unterhaltende Darstellungsformen und Human-Interest-Themen legen (vgl. Donges & Jarren, 2011, S. 258.). Erstere werden ebenso „Qualitätsmedien“ genannt. Sie sind wesentlicher Bestandteil der Gesellschaft und haben durch ihr Agenda Setting einen erheblichen Einfluss auf diese (vgl. Stark, 2013, S. 55.). Aus §11 des Rundfunkstaatsvertrags ergibt sich der Zweck der öffentlichen Sendeanstalten, demnach sie das gesellschaftliche Bedürfnis nach demokratischer, kultureller und sozialer Orientierung erfüllen und einen Bildungs- und Informationsauftrag verfolgen müssen (vgl. medienanstalten, 2019, S. 22.). Deshalb liegt ihr thematischer Schwerpunkt auf der Vermittlung politischer Informationen und einer hohen Geschwindigkeit der Informationsvermittlung. Damit leistet die Tagesschau als journalistisches Qualitätsmedium einen wesentlichen Beitrag zur Politikvermittlung, weswegen sie ein großes Vertrauen in der Bevölkerung genießt (vgl. Forschungsgruppe Wahlen, 2019.). Zunehmend kommt es jedoch zu Veränderungen in der Medienlandschaft. In der derzeitigen Mediengesellschaft, sind nahezu alle Lebensbereiche von den Me-

dien durchdringt. Hierfür ist vor allem die Liberalisierung des Rundfunksystem verantwortlich (vgl. Jarren, 1998, S. 74.), wodurch die Anzahl an publizierenden Medien enorm gestiegen ist. Dies mündet in einer Ausdifferenzierung des Mediensystem, in dem die Medienakteure um die Aufmerksamkeit der Rezipienten und Marktanteile zur Finanzierung ihrer journalistischen Tätigkeit kämpfen müssen. Hierdurch kommt es zur Kommerzialisierung der Medien, indem diese ihr Programm an den Bedürfnissen des Publikums ausrichten, um deren Aufmerksamkeit zu erhalten (vgl. Magin & Stark, 2019, S. 379.). Dabei setzen sie auf boulevardorientierte Formate, welche sich durch die Berichterstattung von Human-Interest Themen auszeichnen und in ihrer Darstellungsweise komplexitätsreduziert sowie unterhaltungsorientiert sind (vgl. Imhof, 2006, S. 7.). Diese finden besonders Anklang aufgrund des derzeit gelebten infantilistischen Ethos der Gesellschaft. Dieser zeichnet sich dadurch aus, dass das Einfache vor dem Komplizierten, das Leichte vor dem Schwere und das Schnelle vor dem Langsamem bevorzugt wird und diese kindlichen Eigenschaften im Erwachsenenalter weiterhin bestehen sollen. Dies soll dem Markt helfen die künstlich geschaffenen Bedürfnisse zu verkaufen und dadurch den Konsum, in einer nahezu bedürfnisbefriedigten Gesellschaft, weiterhin aufrechtzuerhalten (vgl. Barber, 2007.). Das Aufkommen und die Durchdringung der Lebensbereiche durch die sozialen Medien, verändern die Funktionslogiken der Medienlandschaft erneut. Während die Algorithmen für das Auffinden und die Rezeption von Informationsangeboten verantwortlich sind und maßgeblich, aufgrund von Nutzer- und Profildaten, bestimmen welche Inhalte dem Rezipienten vorgeschlagen werden, indem sie das Internet nach Informationen filtern und je nach Aufmerksamkeit ranken (vgl. Magin & Stark, 2019, S. 382 f.), fungieren die Nutzer der Onlinemedien als Gatekeeper und treffen eine eher emotionale und boulevardorientierte Auswahl bei der Relevanzzuschreibung von Themen (vgl. Keyling, 2017, S. 90 ff.). Hierdurch verliert der Journalismus in der sozialen Onlinewelt seine Funktion, den Rezipienten auf seine Rolle als Bürger vorzubereiten und zu bilden. Die Onlinemedien bekräftigen damit ebenso die Boulevardisierung der Medien (vgl. Magin & Stark, 2019, S. 384 ff.). In der daraus resultierenden „high-choice media environment“ können die Rezipienten aus einer Vielzahl an Angeboten ihr individuelles Medienrepertoire zusammenstellen und ihr Mediennutzungsverhalten an ihren eigenen

Präferenzen ausrichten. Dies befördert die Auflösung des einst einheitlichen massenmedialen Publikums (vgl. Babic & Jandura, 2017, S. 105.). Aufgrund der inhaltlichen und qualitativen Differenzen der einzelnen Medien sowie der Algorithmen kommt es zu Medienrepertoires mit unterschiedlichen Inhalten und Qualitätsniveaus. Das fragmentierte und selektierte Nachrichtenrezeptionsverhalten lässt das Herstellen einer gemeinsamen Öffentlichkeit zunehmend schwieriger werden (vgl. Bentele, Bohse, Hitschfeld & Krebber, 2015, S. 15.) und befördert Wissensklüfte zwischen den Rezipienten (vgl. Van Aelst, et al., 2017, S. 16 ff.). Ein wesentlicher Ansatz zur Beschreibung und Erklärung zur Abkehr politischer Informationsangebote bietet die Wissensklufforschung (vgl. Jandura & Friedrich, 2015, S. 70 f.). Diese besagt, dass die Medien die bestehenden sozialen Ungleichheiten reproduzieren und demnach nicht alle Menschen von den medialen Informationsangeboten im gleichen Maß profitieren. Aufgrund der besseren Bildung in den höheren sozioökonomischen Klassen und damit einhergehend mit den höheren politischen und medialen Kompetenzen sowie einem höheren politischen Interesse im Sinne des kulturellen Kapitals nach Bourdieu, nutzen die besser gebildeten Menschen die Medien eher informationsorientiert und können einen größeren Mehrwert in Form von Wissen aus ihnen generieren (vgl. Tichenor, Donohue & Olien, 1970.). Wesentliche Weiterentwicklungen der Wissensklufforschung haben gezeigt, dass besonders das Politikinteresse sowie die Medienkompetenz und Politikkompetenz einen Einfluss auf den Umgang mit Medien haben (vgl. Zillien, 2013, S. 501 f.; vgl. Wirth, 1997, S. 55.). Im derzeitigen Digital Divide 2.0 zeichnen sich, wie in den klassischen Medien, verschiedene Mediennutzungsverhalten aufgrund von soziokulturellen und sozioökonomischen Unterschieden ab (vgl. Moser, 2019, S. 100 f.). Dies zeigt, dass die Wissenskluffhypothese trotz ihrer zeitlichen Verortung in den 1970er Jahren in der Digitalisierung weiter fortbestand hat. Allerdings sind Modifikationen wie unter anderem die Betrachtung der Interessen und Kompetenzen als wesentliche Einflussfaktoren und die soziokulturellen Unterschiede, neben den sozioökonomischen, für die Adaption des Modells in die heutige Zeit wesentlich. Im Umgang mit Medien hat sich demnach theoretisch gezeigt, dass besonders das kulturelle Kapital einen entscheidenden Einfluss nimmt. Dies zeigen auch aktuelle empirische Belege. Je höher das kulturelle Kapital, desto höher ist das Interesse für

politische Themen und Ereignisse in den Medien. Der Anteil derer die sich selten beziehungsweise nie über politische Themen informieren ist im Vergleich besonders bei denjenigen ausgeprägt, die ein geringes Bildungsniveau aufweisen. Gleichzeitig schreiben sich Jugendliche mit einem höheren Bildungsstand eher die Kompetenz zu, Fake News zu identifizieren (vgl. Vodafone Stiftung Deutschland, 2019, S. 8 ff., 25 f.). Zudem sind junge Erwachsene mit einem höheren Politikinteresse eher an politischen Themen außerhalb ihres Umfeldes interessiert als Personen mit einem niedrigen Bildungsniveau (vgl. Best, et al., 2016, S. 179.). Aufgrund dessen nutzen Jugendliche mit einem höheren kulturellen Kapital eher die Informationsangebote der Qualitätsmedien, während mit niedrigem kulturellem Kapital zumeist Unterhaltungsformate rezipiert werden. Demnach rezipieren die unterschiedlichen gesellschaftlichen Gruppen, mit verschiedenen Kapitalausstattungen und klassenspezifischen Dispositionen, Medien auf differenzierte Art und Weise, wodurch gewisse Gruppen eher von den Informationsangeboten profitieren als andere. Hierdurch können bei den Jugendlichen Klüfte der Informiertheit entstehen, da sie durch ihre Klassenzugehörigkeit ungleich sozialisiert werden. Die These der Wissensklufforschung kann damit bestätigt werden. Um diesen Tendenzen entgegenwirken zu können gibt es die Darstellungsform des Politainment. Politainment beschreibt die Mischung aus unterhaltungsorientierten Darstellungsweisen und den seriösen Hardfacts zu politischen Themen. Eine Spaltung wie es die Wissensklufforschung im Rahmen der Informationsvermittlung postuliert, ist bei unterhaltungsorientierten Formaten nicht der Fall. Demnach kann davon ausgegangen werden, dass Politikvermittlung im Politainment-Stil zur Nivellierung von Wissensungleichheiten beitragen kann. Damit können die Tendenzen der Gesellschaftsfragmentierung aufgehalten werden (vgl. Dörner, 2001, S. 97 ff.). Demgegenüber steht die anfängliche Behauptung Crouchs, dass die Kommerzialisierung zu einer Unwissenheit und Uninformiertheit der Bürger führt, wodurch die Politik ihre Interessen im Hintergrund eigenständig durchsetzen kann (vgl. Crouch, 2017, S. 63 ff.). Allerdings erhält Politainment seine Berechtigung aufgrund der ermöglichten Teilhabe von politisch uninteressierten Bürgern an der politischen Öffentlichkeit. Durch die Integration dieser in die politische Öffentlichkeit und der Vermittlung einer positiven Grundstimmung, neh-

men sie wieder an der politischen Entscheidungsfindung und Legitimation teil. Damit leistet das Politainment einen integrativen Beitrag für die demokratische Gesellschaft (vgl. Dörner, 2001, S. 69 ff.).

TikTok als integratives Medium für die Generation Z

TikTok ergänzt die Social-Media-Welt um eine Plattform, in deren Zentrum das Teilen von kurzen Videoeinheiten steht. Das Unternehmen wurde 2016 gegründet und sieht seine Aufgabe selbst darin, „[...]die Kreativität, das Wissen und die wichtigen Momente der Welt direkt vom Handy aus einzufangen und miteinander zu teilen“ (TikTok, 2018.). Die App legt dabei den Fokus auf unterhaltende Inhalte, die leicht zugänglich und konsumierbar sind (vgl. Sbai, 2020, S. 17.). Das primäre Ziel der Tagesschau auf TikTok ist das Erreichen der jungen Zielgruppe (vgl. Kubit, 2020, Unter Zwei – Der Medienpodcast.). Dieses Vorhaben realisiert die Tagesschau durch die Umsetzung einer „Doppelstrategie“. Mithilfe unterhaltungsorientierter Videos will sie zunächst einen Platz im Für-Dich-Feed der App erhalten. Aufgrund der Unterhaltungsorientierung der Plattform und den Nutzerpräferenzen, ist es mit lustigen Videos einfacher die Zielgruppe zu erreichen und neue Follower zu generieren, weswegen sie ebenso an den TikTok Challenges teilnehmen und zeigen, dass sie als Marke wandelbar sind und sich auf die Plattform einlassen. Der zweite Teil der Doppelstrategie ist die Distribution von Nachrichteninhalten in Form von Newsvideos. Bei der Umsetzung berücksichtigt die Tagesschau zum einen die Interessen der jungen Generation, indem sie auf die Fragen der Community eingeht und diese beantwortet. Auf der anderen Seite platzieren sie Themen, die aus journalistischer Sicht notwendig sind, auch wenn diese nicht von der Community gefragt sind. Damit will die Tagesschau ihrer journalistischen Sorgfaltspflicht und ihrem Auftrag als öffentlich-rechtliche Sendeanstalt nachkommen. Gleichzeitig sind sie bestrebt Fake News aufzudecken sowie die User über solche zu informieren und ihnen die seriösen Nachrichten nahezubringen (vgl. Kubit 2020, Unter Zwei – Der Medienpodcast.). Bei der Umsetzung des Inhaltes und der Vermittlung von politischen Informationen passt sich die Tagesschau dem Nutzerverhalten und der App an. Es handelt sich um Videos, von maximal einer Minute Länge, bei denen beson-

ders auf die visuelle Aufbereitung der Inhalte, unterstützt durch Icons, Grafiken und Bilder, wert gelegt wird. Dabei fokussiert sich die Tagesschau besonders auf eine komplexitätsreduzierende, verständliche und animierte Präsentation der Inhalte, um Sachverhalte klar und interessant zu gestalten. Zusätzlich wird mit verschiedenen Tonspuren als Hintergrundmusik oder zur Verdeutlichung gearbeitet, wodurch die Funktionsweise von TikTok, bei denen Musik ein wesentlicher Bestandteil der Videos ist, adaptiert wird (vgl. Tagesschau, 2020a.). Mit diesem Ansatz zur Umsetzung der Politikvermittlung auf TikTok reagiert die Tagesschau auf die „Ansprechhaltung“ der jungen Nutzer, die sich von den Personengruppen, die die Tagesschau im linearen Fernsehen rezipieren, differenziert. Das Publikum auf TikTok bedarf einer einfacheren und grundlegenden Ansprache als die 20-Uhr-Zuschauer. Bei Letzteren wird ein gewisses Grundverständnis vorausgesetzt, während bei den TikTok-Usern dieses zunächst geschaffen werden muss (vgl. Kubit 2020, Unter Zwei – Der Medienpodcast.). Damit dieses Medium zur Beschaffung von politischen Informationen genutzt wird, bedarf es der Akzeptanz gegenüber diesem Medium. Unter der Begrifflichkeit der Akzeptanz versteht sich die Einwilligung und Toleranz gegenüber einem Objekt, in dem vorliegenden Fall eines Mediums. Die entgegengebrachte Akzeptanz geht dabei vonseiten eines Akzeptanzsubjektes aus (vgl. Grünberg, 2015, S. 34 f.). Die Akzeptanz gegenüber medialen Informationsangeboten ausgehend von den Rezipienten äußert sich hierbei auf zwei Ebenen. Zum einen kann Akzeptanz gegenüber der jeweiligen Darstellungsweise erfolgen. Zum anderen bedarf es der Akzeptanz der inhaltlichen Komponente hinsichtlich ihrer Qualität (vgl. Roepert, 2013, S. 60.). Zur Erfassung der Akzeptanz eignet sich die Unterteilung des Begriffes in weitere Dimensionen. Hierbei sind die Einstellungs- und Verhaltensdimensionen der Akzeptanz wesentlich. Die Einstellungsakzeptanz umfasst die Haltung und Zuschreibung von gewissen Faktoren wie unter anderem Qualität gegenüber dem zu akzeptierendem Objekt. Sind diese Einstellungen positiv ausgeprägt, kann von einer Akzeptanz hinsichtlich des Objektes ausgegangen werden. Die Verhaltensakzeptanz umfasst die aktive Nutzung eines Akzeptanzobjektes durch das Akzeptanzsubjekt (vgl. Simon, 2001, S. 87.).

Die Akzeptanz von TikTok – eine empirische Untersuchung

Aufgrund der vorliegenden theoretischen Erkenntnisse eignet sich das deduktive Verfahren der Empirie. Im Falle dieses Forschungsartikels handelt es sich um eine Online-Befragung in der Alterskohorte der 18 bis 25-Jährigen. Hierfür wurde sich dem ex-post-Design bedient, um im Nachgang vergleichbare Gruppe mit niedrigem und hohem kulturellem Kapital zu differenzieren. In einem ersten Schritt wurden die Hypothesen zur Operationalisierung der Forschungsfrage erstellt. Aufgrund der theoretischen Annahme, dass Jugendliche und junge Erwachsene mit einem geringeren kulturellen Kapital eher unterhaltungsorientierte und komplexitätsreduzierte Darstellungsformen präferieren, wird angenommen, dass diese TikTok als Beschaffungsquelle für politische Themen eher akzeptieren als jungen Menschen mit einem hohen kulturellen Kapital, die eher komplexe und seriöse Darstellungsformen bevorzugen. Vor dem Hintergrund der unterhaltungsorientierten Darstellung politischer Hard-Facts durch die Tagesschau auf TikTok lässt sich die Vermutung aufstellen, dass junge Menschen mit einem geringen kulturellen Kapital, aufgrund der einfachen, animierten und infantilen Aufbereitung der Inhalte, eher einen Zugang zu seriösen politischen Informationen erhalten und diese akzeptieren. Gleiches gilt für die Befriedigung des individuellen Informationsbedürfnisses. Hierbei hat sich in der Literatur gezeigt, dass Menschen mit einem geringeren kulturellen Kapital eher weniger nach politischen Informationen suchen, während Jugendliche mit einem hohen kulturellen Kapital sich regelmäßig und ausführlich über politische Geschehnisse in Kenntnis setzen. Da die Tagesschau auf TikTok die inhaltliche sowie sprachliche Komplexität der seriösen Politikberichterstattung reduziert, ergibt sich die Vermutung, dass das Informationsbedürfnis von Menschen mit einem hohen kulturellen Kapital nicht ausreichend befriedigt wird. Hierdurch besteht die Möglichkeit einer Anhebung der Informiertheit sowie einer Angleichung von Wissens- und Informationsklüften und damit einhergehend die Annäherung der politischen Gleichheit durch die Tagesschau auf TikTok. Aus diesen Annahmen ergeben sich folgende drei Hypothesen:

H 1 : Je niedriger das kulturelle Kapital, desto mehr wird TikTok als Beschaffungsquelle für Informationen zu politischen Themen genutzt.

H 2 : Je niedriger das kulturelle Kapital, desto positiver ist die Einstellung gegenüber der Tagesschau auf TikTok.

H 3 : Je niedriger das kulturelle Kapital, desto mehr werden die Informationsbedürfnisse durch die Tagesschau auf TikTok befriedigt.

Zur Abbildung des Konstruktes des kulturellen Kapitals wurden die Einflussfaktoren formaler Bildungsgrad, Medienkompetenz, politische Kompetenz und politisches Interesse herangezogen. Sie haben sich in der Literatur als wesentliche Einflussfaktoren auf das Medienverhalten erwiesen. Nach der Datenerhebung und Datenmodifikation hat sich eine Stichprobe von N=149 Teilnehmer im gesuchten Altersbereich ergeben. Die deskriptive Statistik hat dabei gezeigt, dass es sich bei der vorliegenden Stichprobe um eine sehr homogene Stichprobe hinsichtlich des Alters und des kulturellen Kapitals handelt. So sind die Teilnehmer in der Regel zwischen 20 und 24 Jahren alt und weisen ein hohes bis sehr hohes kulturelles Kapital auf. Des Weiteren zeigt sich, dass die Akzeptanz sowohl hinsichtlich des Verhaltens als auch hinsichtlich der Einstellung gegenüber TikTok nur mittelmäßig bis gering vorhanden ist. Ein ähnliches Bild skizziert sich für die Befriedigung des Informationsbedürfnisses. Die Überprüfung der Hypothesen mithilfe des Spearman Rho Rangkorrelationskoeffizienten hat für die Verhaltensakzeptanz und Einstellungsakzeptanz nur geringe Zusammenhänge zwischen dem kulturellen Kapital und der Akzeptanz gegenüber TikTok ergeben. Beide Hypothesen sind nicht signifikant. Die Begründung für diese Ergebnisse liefern die geringen Standardabweichungen der Akzeptanzwerte. Demnach wird TikTok nur sehr gering akzeptiert, was wiederum eine Nutzung und positive Einstellung diesem gegenüber mindert. Der Grund hierfür liegt vermutlich in der homogenen Stichprobe. Demnach bestätigen die Hypothesen die in der Theorie angenommenen Vermutungen hinsichtlich Menschen mit einem hohen kulturellen Kapital. Gleichzeitig bestätigen die Ergebnisse jedoch auch die angenommene Richtung der Hypothesen und lassen damit die Vermutung bestehen, dass mit sinkendem kulturellen Kapital eine Nutzung und positive Einstellung gegenüber TikTok als Beschaffungsquelle für politische Informationen wahrscheinlicher wird. Hierdurch ergibt sich das Potential einer Anhebung des Informationsstandes der jungen Menschen mit einem geringen kulturellen Kapital. Die Hypothese drei bestätigt signifikant den an-

genommenen Zusammenhang zwischen dem kulturellen Kapital und der Befriedigung des Informationsbedürfnisses. Demnach bestätigt sich die aus der Theorie abgeleitete Vermutung bezüglich der Befriedigung des Informationsbedürfnisses. Hierbei besteht die Gefahr, dass sich die vorhandenen Klüfte der Informiertheit und des Wissens nicht schließen, sondern wenn überhaupt angleichen. Denn während die jungen Menschen mit einem hohen kulturellen Kapital nach weiteren Informationen in anderen Quellen zu politischen Themen suchen, werden die Jugendlichen mit einem geringen kulturellen Kapital auf einem geringeren Informationsstand verharren, da sie nicht bestrebt sind, nach weiteren Informationen außerhalb von TikTok zu suchen, da sie bereits dadurch befriedigt werden. Jedoch erhalten sie mithilfe der Tagesschau auf TikTok die grundlegenden politischen Informationen und können bei der Informiertheit möglicherweise ein Stück aufholen. Hierdurch können gleichzeitig erste Anreize für niedrigere Klassen geschaffen werden, um sich ausführlicher zu informieren. Vor dem Hintergrund der sehr homogenen Stichprobe ist es von Interesse die vorliegende empirische Untersuchung erneut in einer heterogeneren Gruppe von Versuchspersonen durchzuführen, um die daraus gewonnenen Erkenntnisse mit den vorliegenden zu vergleichen und weitere Schlüsse ziehen zu können. Hierbei ist anzumerken, dass die homogene Stichprobe das Resultat eines ex-post-facto-Designs ist und eine vorherige Überprüfung der Stichprobe nicht möglich war.

Fazit

Eingehens wurde die Relevanz des informierten und mündigen Staatsbürgers dargelegt, um die politische Gleichheit als primäres Ziel demokratischer Gesellschaften zu wahren. Diese politische Gleichheit wird jedoch von Vertretern der Postdemokratie kritisch gesehen. Hierbei wird davon ausgegangen, dass die Bürger sich zunehmend aus der politischen Öffentlichkeit zurückziehen, da sie ihre Einflussnahme schwinden sehen. Dies wiederum ist darin begründet, dass die Wirtschaftseliten die Macht über die Politik besitzen und diese zu ihren Gunsten nutzen. Diese kritische Annahme konnte durch aktuelle empirische Belege entkräftet werden, wenngleich Tendenzen einer politischen Ungleichheit vermerkt wurden. Hierbei sind es die bildungsschwachen jungen Menschen die kaum politisch interessiert und demnach auch kaum politisch aktiv sind. Der Grund hierfür liegt in dem Nicht-

Vorhandensein einer politischen Kompetenz bei jungen Menschen mit geringer Bildung. Ihnen fehlen die Informationen und das Wissen, um ein politisches Interesse zu entwickeln und politisch zu partizipieren. Der Grund hierfür liegt wiederum in der ungleichen Verteilung der Ressource Bildung. Demnach gefährden soziale Ungleichheiten die politische Gleichheit. Der Grund für soziale Ungleichheiten ist das Fehlen der Chancengleichheit. Demnach haben nicht alle Menschen die gleichen Chancen von guter Bildung zu profitieren. Dies ist wiederum durch ungleiche Machtverteilungen in der Gesellschaft beeinflusst. Sie entstehen aufgrund ungleicher Verteilung von Kapitalien. Für die Drei-Klassen-Gesellschaft ist die ungleiche Verteilung der Ressource Bildung verantwortlich. Die Bildungsexpansion sollte die Chancengleichheit herstellen und soziale Ungleichheiten in der Bildung nivellieren. Jedoch ist sie ein wesentlicher Treiber der gegenwärtigen Gesellschaftsstruktur. Demnach ist das Bildungssystem nicht in der Lage dazu, alle Kinder und Jugendlichen zu mündigen und informierten Bürgern zu machen. Die Medien haben in der Demokratie die wesentlichen Aufgaben die Bürger zu informieren sowie über politische Entwicklungen in Kenntnis zu setzen und die Herstellung einer gemeinsamen Öffentlichkeit. Die Umsetzung dieser Aufgaben erfolgt in der Praxis durch die Politikvermittlung. Die Medien übernehmen hierbei eine intermediäre Position zwischen der Gesellschaft und der Politik. Hierfür hat sich die Politikberichterstattung etabliert, wobei Nachrichtenprogramme wie die Tagesschau eine wesentliche Rolle übernehmen. Jedoch machen sich zunehmende Entwicklungen, wie die Ausdifferenzierung und Boulevardisierung, breit die das Herstellen einer gemeinsamen Öffentlichkeit, als Legitimationsgrundlage für Demokratien, ins Wanken bringen. Die wesentliche Gefahr dieses Individualisierungsprozesses ist dabei die Abkehr von seriösen medialen Informationsangeboten und dadurch das Entstehen von Wissensklüften, wodurch nicht alle Gesellschaftsmitglieder eine politische Kompetenz aufbauen können, um politisch zu partizipieren. Hierdurch ist die politische Gleichheit in Gefahr. Eine Begründung für diese Tendenzen liefert die Wissensklufforschung. Demnach sind es die besser gebildeten Menschen, aufgrund höherer Kompetenzen und Interessen, die die Medien selektiver und informationsbezogen nutzen. Menschen mit einem geringen kulturellen Kapital nutzen vorzugsweise unterhaltungsorientierte Medien und meiden die Qualitätsmedien. Diese Erkenntnisse spiegeln sich ebenso in der jungen Generation beim Umgang mit Medien wider.

So nutzen Jugendliche und junge Erwachsene mit hohem kulturellem Kapital die Medien zur Beschaffung von Informationen und beziehen diese dabei hauptsächlich von den seriösen und komplexen Medien. Hingegen nutzen junge Menschen mit einem geringen kulturellen Kapital die Medien eher zu Unterhaltung und greifen dabei auf Angebote zurück, die bei den Themen und Darstellungsweisen boulevardorientiert sind. Da der Grad der Bildung und das Ausmaß der verfügbaren Kompetenzen von der sozialen Klasse abhängig ist, kommt es durch die Medien ebenso zu einer Reproduktion sozialer Ungleichheiten. Der Ansatz des Politainment hat gezeigt, dass dies eine Möglichkeit zur Integration bildungsferner Gesellschaftsgruppen zur Herstellung einer gemeinsamen Öffentlichkeit bietet. Gerade vor dem Hintergrund der Wissenskluffhypothese zeigt sich, dass das Politainment die Chance bietet aufgrund der komplexitätsreduzierten und unterhaltenden Darstellung von politischen Informationen, diejenigen zu erreichen, die sich von den journalistischen Qualitätsangeboten abwenden. Die Skizzierung der Tagesschau auf TikTok hat gezeigt, dass der Account eine Mischung aus Qualitätsmedium und den Funktionsweisen des Boulevards aufgrund der Komplexitätsreduktion und infantilen Darstellungsweise darstellt. Damit ist TikTok eine Form der Ausgestaltung von Politainment. Aufgrund dessen kommt es zur Annahme, dass TikTok die Forderungen des infantilistischen Ethos der gegenwärtigen Zeit, bei jungen Menschen mit einem geringen kulturellen Kapital bedient und dadurch die Politikvermittlung auf TikTok von jenen jungen Menschen mit geringem kulturellen Kapital akzeptiert wird. Hierdurch soll es möglich sein, bestehende Klüfte der Informiertheit und des Wissens zu schließen, damit die politische Kompetenz bei bildungsfernen Jugendlichen zu fördern und diese zur Partizipation am politischen Willens- und Entscheidungsprozess zu befähigen, wodurch die politische Gleichheit in der Generation Z hergestellt werden kann. Die empirische Untersuchung hat gezeigt, dass TikTok eher von Menschen mit einem geringeren kulturellen Kapital genutzt und positiv bewertet wird als von Menschen mit einem hohen kulturellen Kapital. Gleichzeitig zeigt sich, dass das Informationsbedürfnis eher von denjenigen durch TikTok befriedigt wird, die ein geringes kulturelles Kapital aufweisen. Damit bestätigen sich die Vermutungen der theoretischen Grundlage, dass TikTok einen integrativen Beitrag zur Nutzung medialer Informationsangebote bei niedrigem kulturellem Kapital leisten kann. Parallel dazu besteht die Gefahr, dass sich die Klüfte der Informiertheit nicht schließen, da

das Informationsbedürfnis durch TikTok ungleich befriedigt wird. Aufgrund der homogenen Stichprobe kann jedoch keine Aussage darüber getroffen werden, ob TikTok als Beschaffungsquelle für politische Informationen die bestehenden Klüfte der Informiertheit und des Wissens bei bildungsbenachteiligten Jugendlichen und jungen Erwachsenen immerhin annähern kann beziehungsweise zu einer Anhebung des Informationsstandes führt. Trotzdem besteht die Hoffnung, dass durch die potentielle Nutzung erste Anreize zur weiteren Informationssuche geschaffen werden und die Anhebung des Informationsstandes erfolgt, wodurch mehr junge Menschen zur politischen Teilhabe, aufgrund dem Ausbau ihrer politischen Kompetenzen durch die Informationen durch TikTok, befähigt werden und hierdurch mehr junge Menschen politisch partizipieren. Vor diesem Hintergrund bietet es sich an, die vorliegende Untersuchung in einer heterogeneren Stichprobe erneut durchzuführen und die daraus resultierenden Ergebnisse mit den gewonnenen Erkenntnissen dieser Arbeit zu vergleichen, um letztendlich eine Antwort darauf zu erhalten, ob TikTok Informationsklüfte und damit die politische Ungleichheit annähern kann. Abschließend kann gesagt werden, dass dieser Bericht ein bisher unerforschtes Forschungsfeld erkundet und zeigt, dass Zusammenhänge zwischen dem kulturellen Kapital und der Akzeptanz von TikTok bestehen und dass Klüfte der Informiertheit möglicherweise nivelliert, wenn gleich nicht geschlossen, werden können. Damit besteht das Potential, dass TikTok einen Beitrag für die Herstellung einer sich annähernden Öffentlichkeit und politischen Gleichheit leisten kann.

Literaturverzeichnis

- Albert, M./Hurrelmann, K./Leven, I./Quenzel, G./Schneekloth, U./Utzmann, H./Wolfert, S. [2019]. Jugend 2019 – 18. Shell Jugendstudie Eine Generation meldet sich zu Wort, Weinheim 2019.
- Babic, D./Jandura, O. [2017]. Ein Blick in die Vergangenheit. Die Fragmentierung des Publikums von Zeitschriften, in: Jandura, O./Wendelin, M. A./Wimmer, J. (Hrsg.): Zwischen Integration und Diversifikation. Medien und gesellschaftlicher Zusammenhalt im digitalen Zeitalter, Wiesbaden 2017, S. 105-119.
- Barber, B. [2007]. Consumed! Wie der Markt Kinder verführt, Erwachsene infantilisiert und die Bürger verschlingt, München 2007.
- Beck, K. [2020]. Kommunikationswissenschaft, 6. Aufl., München 2020.
- Bentele, G./Bohse, R./Hitschfeld, U./Krebber, F. [2015]. Akzeptanz in der Medien- und Protestgesellschaft – Gedanken, Analysen, Thesen, in: Bentele, G./Bohse, R./Hitschfeld, U./Krebber, F. (Hrsg.): Akzeptanz in der Medien- und Protestgesellschaft. Zur Debatte um Legitimation, öffentliches Vertrauen, Transparenz und Partizipation, Wiesbaden 2015, S. 1-25.
- Best, S./Breunig, C./van Eimeren, B./Engel, B./Gattringer, K./Handel, M./Woldt, R. [2016]. Massenkommunikation IX : Eine Langzeitstudie zur Mediennutzung und Medienbewertung 1964-2015, Frankfurt am Main 2016.
- Bourdieu, P. [1983]. Ökonomisches Kapital, kulturelles Kapital, soziales Kapital, in: Kreckel, R. (Hrsg.): Soziale Ungleichheiten, Soziale Welt Sonderband 2, Göttingen 1983, S. 183-198.
- Bourdieu, P. [1997]. Zur Genese der Begriffe Habitus und Feld, in: Bourdieu, P./Steinrück, M. (Hrsg.): Der Tote packt den Lebenden. Schriften zu Politik und Kultur 2, Hamburg 2011, S.59-78.
- Bourdieu, P./Passeron, J.-C. [1971]. Die Illusion der Chancengleichheit: Untersuchungen zur Soziologie des Bildungswesens am Beispiel Frankreichs, Stuttgart 1971.
- Bruns, T./Marcinkowski, F. [1997]. Politische Information im Fernsehen. Eine Längsschnittstudie zur Veränderung der Politikvermittlung in Nachrichten und politischen Informationssendungen, Opladen 1997.
- Crouch, C. [2017]. Postdemokratie, 13. Aufl., Frankfurt am Main 2017.
- Dahrendorf, R. [1967]. Pfade aus Utopia. Arbeiten zur Theorie und Methode der Soziologie, München 1967.
- Detjen, J./Massing, P./Richter, D./Weißeno, G. [2012]. Politikkompetenz – ein Modell, Wiesbaden 2012.
- Donges, P./Jarren, O. [2011]. Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft. Eine Einführung, 3. grundlegend überarbeitete und aktualisierte Aufl., Wiesbaden 2011.
- Dörner, A. [2001]. Politainment. Politik in der medialen Erlebnisgesellschaft. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Engelmann, I./ Scheufele, B. [2016]. Journalismus und Framing, in: Löffelholz, M./Rothenberger, L. (Hrsg.): Handbuch Journalismustheorien, Wiesbaden 2016, S. 443-457.
- Forschungsgruppe Wahlen [2019]. Glaubwürdigkeit Medien - Fernsehnachrichten, verfügbar unter: <https://www.zdf.de/zdfunternehmen/glaubwuerdigkeit-medien-fernsehnachrichten-104.html> (23.06.2020).
- Grünberg, P. [2015]. Glaubwürdigkeit, Vertrauen und Akzeptanz, in: Bentele, G./Bohse, R./Hitschfeld, U./Krebber, F. (Hrsg.): Akzeptanz in der Medien- und Protestgesellschaft Zur Debatte um Legitimation, öffentliches Vertrauen, Transparenz und Partizipation, Wiesbaden 2015, S. 25-41.
- Hadjar, A. [2008]. Meritokratie als Legitimationsprinzip, Wiesbaden 2008.
- Horizont online / dpa. [2019]. Die „Tagesschau“ startet bei TikTok, verfügbar unter: [https://www.horizont.net/medien/nachrichten/videoplattform-die-tagesschau-startet-bei-tiktok-\(07.08.2020\)](https://www.horizont.net/medien/nachrichten/videoplattform-die-tagesschau-startet-bei-tiktok-(07.08.2020)).
- Imhof, K. [2006]. Politik im „neuen“ Strukturwandel der Öffentlichkeit, Zürich, Universität, fög discussion paper GL-2006-0010, 2006.
- Jandura, O./Friedrich, K. [2015]. Abkehr von politischen Informationsangeboten, in: Jandura, O./Petersen, T./Mothes, C./Schielicke, A.- M. (Hrsg.): Publizistik und gesellschaftliche Verantwortung, Wiesbaden 2015, S. 69-81.

- Jarren, O. [1998]. Medien, Mediensystem und politische Öffentlichkeit im Wandel, in: Sarcinelli, U. (Hrsg.): Politikvermittlung in der Mediengesellschaft. Beiträge zur politischen Kommunikationskultur, Vol. 352, Bonn 1998, S. 74-97.
- Keyling, T. [2017]. Kollektives Gatekeeping. Die Herstellung von Publizität in Social Media, Wiesbaden 2017.
- Kubit, L. [2020]. Wie die Tagesschau auf TikTok junge Leute erreicht, in: Unter Zwei – Der Medienpodcast., verfügbar unter: <https://anchor.fm/unterzwei/episodes/Wie-die-Tagesschau-auf-TikTok-junge-Leute-erreicht-ecvm1g> (17.08.2020).
- Lange, D./Onken, H./Korn, T. [2013]. Politikunterricht im Fokus. Politische Bildung und Partizipation von Jugendlichen. Empirische Studie, verfügbar unter: <https://library.fes.de/pdf-files/dialog/10161.pdf> (22.05.2020).
- Magin, M./Stark, B. [2019]. Neuer Strukturwandel der Öffentlichkeit durch Informationsintermediäre: Wie Facebook, Google & Co. die Medien und den Journalismus verändern, in: Eisenegger, M./Ettinger, P./Udris, L. (Hrsg.): Wandel der Öffentlichkeit und Gesellschaft. Gedenkschrift für Kurt Imhof, Wiesbaden 2019, S. 377-407
- medienanstalten [2019] Staatsvertrag für Rundfunk und Telemedien, verfügbar unter: https://www.diemedienanstalten.de/fileadmin/user_upload/Rechtsgrundlagen/Gesetze_Staatsvertraege/Rundfunkstaatsvertrag_RStV.pdf (20.07.2020).
- Meyer, T. [2009]. Was ist Demokratie? Eine diskursive Einführung, Wiesbaden 2009.
- Moser, H. [2019]. Einführung in die Medienpädagogik. Aufwachsen im digitalen Zeitalter, 6, überarbeitete und aktualisierte Aufl., Wiesbaden 2019.
- Reckwitz, A. [2019]. Das Ende der Illusionen. Politik, Ökonomie und Kultur in der Spätmoderne, Berlin 2019.
- Rhomberg, M. [2009]. Politische Kommunikation. Eine Einführung für Politikwissenschaftler, Paderborn 2009.
- Roepert, J.-W. [2013]. Medienrecht. Eine Untersuchung der medienpezifisch vorzufindenden Rechtsgutverletzungen unter kompensatorischen Gesichtspunkten, Hamburg 2013.
- Schmidt, M. G. [2019]. Demokratietheorien. Eine Einführung, 6. erweiterte und aktualisierte Aufl., Wiesbaden 2019.
- Sbai, A. [2020]. Der neue Stern am Social-Media-Himmel, in: Zarou, Y./Heinisch, N./Metz, O./Zoll, D./Moll, J./Sbai, A./Onlinepunks (Hrsg.): TikTok Bibel für Influencer und Creator, o.O. 2020, S. 12-33.
- Siegel, K./Thiele, F. [2015]. Akzeptanzkonflikte auf der Straße, in: Bentele, G./Bohse, R./Hitschfeld, U./Kreber, F. (Hrsg.): Akzeptanz in der Medien- und Protestgesellschaft Zur Debatte um Legitimation, öffentliches Vertrauen, Transparenz und Partizipation, Wiesbaden 2015, S. 75-99.
- Simon, B. [2001]. Wissensmedien im Bildungssektor. Eine Akzeptanzuntersuchung an Hochschulen, Wien, Wirtschaftsuniversität, Dissertation, 2001.
- Stark, B. [2013]. Qualitätsmedien und ihr Publikum in Zeiten des Medienwandels – das Fallbeispiel ORF, in: Gonsler, N. (Hrsg.): Die multimediale Zukunft des Qualitätsjournalismus. Public Value und die Aufgaben von Medien, Wiesbaden: 2013, S. 53-69.
- Tagesschau. [2020]. tagesschau, verfügbar unter: <https://www.tiktok.com/@tagesschau?lang=de> (16.08.2020).
- Tagesschau. [2020a]. „Upskirting“ wird in Zukunft härter bestraft. #tagesschau #nachrichten, verfügbar unter: <https://www.tiktok.com/@tagesschau/video/6847135062111046918?lang=de> (10.07.2020).
- TikTok. [2018]. Über TikTok, verfügbar unter: <https://newsroom.tiktok.com/de-de/ueber-tiktok> (07.07.2020). Tichenor, P./Donohue, G./Olien, C. [1970] Mass media flow and differential growth in knowledge, in: Public Opinion, 34 Jg., Nr.2, 1970, S. 159-170.
- Van Aelst, P./Strömbäck, J./Aalberg, T./Esser, F./de Vreese, C./Matthes, J./Stanyer, J. [2017]. Political communication in a high-choice media environment: a challenge for democracy?, in: Annals of the International Communication Association, 41 Jg., Nr. 1, 2017, S. 3-27.
- van Esse, F. [2013]. Soziale Ungleichheit, Bildung und Habitus. Möglichkeitsräume ehemaliger Förderschüler, Wiesbaden 2013.
- Vodafone Stiftung Deutschland [2019]. Alles auf dem Schirm? Wie sich junge Menschen in Deutschland zu politischen Themen informieren, Düsseldorf 2019.
- Weißeno, G./Richter, D./Massing, P./Detjen, J. [2013]. Politikkompetenz kurzgefasst - zur Arbeit mit dem Kompetenzmodell, in: Frech, S./Richter, D. (Hrsg.): Politische Kompetenzen fördern, Schwabach 2013, S. 246-276.
- Wirth, W. [1997]. Von der Information zum Wissen. Die Rolle der Rezeption für die Entstehung von Wissensunterschieden. Ein Beitrag zur Wissenskulturforschung, Opladen/Wiesbaden 1997.
- Zillien, N. [2013]. Wissenskulturforschung, in: Schweiger, W./Fahr, A. (Hrsg.): Handbuch Medienwirkungsforschung, Wiesbaden 2013, S. 495-513.