

# Nachrichtenzkompetenz in der Berufsbildung

Wirksamkeit einer schulischen Intervention zur Förderung der Nachrichtenzkompetenz bei Berufsfachlernenden der Coiffeur- und Kosmetikberufe in den Kantonen Aargau und Zürich

Nuria Pereiro (MA Fachdidaktik Medien und Informatik PH Schwyz) nuria\_p4@yahoo.de

## Theoretischer Hintergrund

Jugendliche und junge Erwachsene informieren sich überwiegend über soziale Medien und verbringen einen grossen Teil ihrer Freizeit online (Külling et al., 2024; Siegen & Schneider, 2024). Dadurch sind sie besonders anfällig für Fake News (Baptista & Gradim, 2020). Zahlreiche Studien zeigen, dass vielen Jugendlichen die notwendigen Fähigkeiten fehlen, um Informationen kritisch zu bewerten, deren Qualität einzuschätzen, die Vertrauenswürdigkeit von Quellen zu beurteilen und Falschinformationen zu erkennen (u.a. Dumitru, 2020; Tamboer et al., 2024; Wineburg et al., 2016), weshalb der Förderung von Nachrichtenzkompetenz eine zentrale Bedeutung zukommt.

## Fragestellungen

FF1: Welche Wirkung hat eine schulische Intervention auf die Nachrichtenzkompetenz von Berufsfachlernenden in den Bereichen Coiffeur und Kosmetik?

- Mit welchen verhaltensbezogenen und soziodemografischen Merkmalen hängt die Nachrichtenzkompetenz von Berufsfachlernenden vor der Intervention zusammen?
- Unterscheidet sich die objektive Nachrichtenzkompetenz nach der Intervention zwischen der Interventions- und Kontrollgruppe, den Berufsgruppen Coiffeur und Kosmetik sowie den Kantonen Aargau und Zürich?
- Wie wirkt sich die schulische Intervention auf die selbstwahrgenommene Nachrichtenzkompetenz und die Motivation zum Nachrichtenkonsum von Berufsfachlernenden aus?

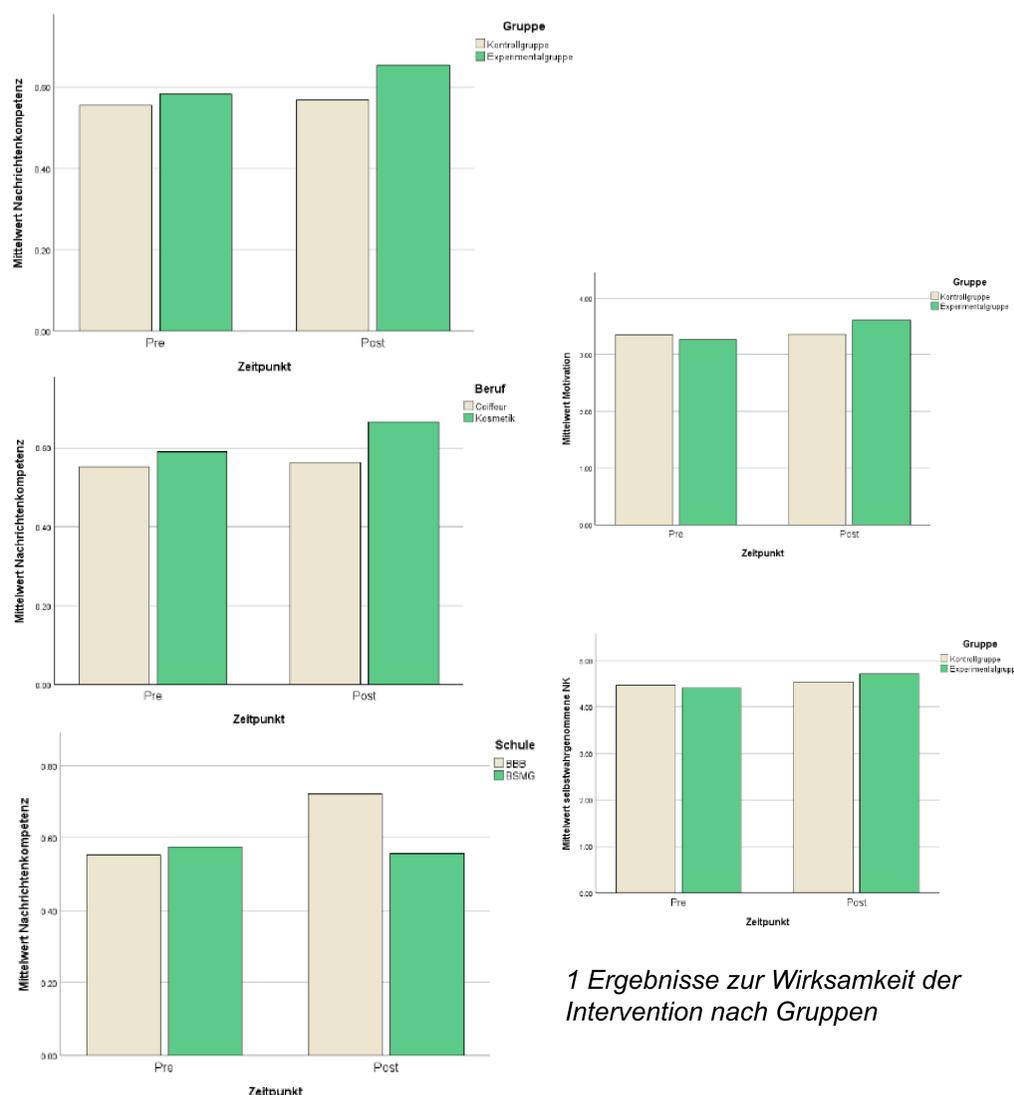
## Methode

**Stichprobe (n = 108):** 8 Schulklassen aus dem 1. und 2. Lehrjahr der Berufe Coiffeur und Kosmetik EFZ aus zwei Berufsfachschulen in Zürich (BSMG) und Aargau (BBB) randomisiert verteilt auf Experimental- oder Kontrollgruppe

**Zeitraum der Erhebung:** Januar und Februar 2025

**Methoden der Datenerhebung:** Der Pre- und Posttest erfolgte anhand eines standardisierten Online-Fragebogens über LimeSurvey mit 2 Versionen (A und B) im Wissenstest.

**Methoden der Datenauswertung:** Die Datenauswertung erfolgte über SPSS. Zur statistischen Auswertung kamen deskriptive Analysen, t-Tests für abhängige und unabhängige Stichproben, einfaktorielle ANCOVAs, ANOVAs mit Messwiederholung sowie Korrelationsanalysen zum Einsatz.



1 Ergebnisse zur Wirksamkeit der Intervention nach Gruppen

## Ergebnisse

### Korrelierende Faktoren mit der Nachrichtenzkompetenz:

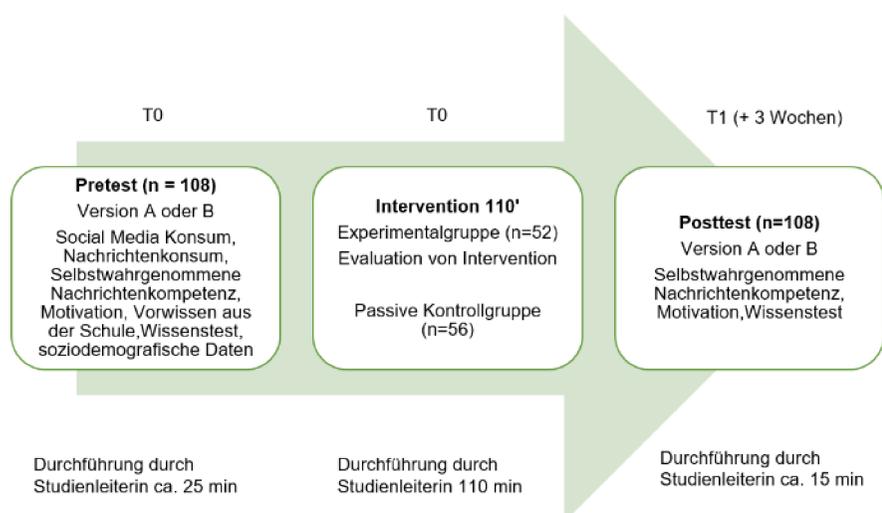
Höhere Zeugnisnoten ( $r_s = .44, p < .001$ ), Anzahl Bücher im Haushalt ( $r_s = .20, p = .039$ ), Vorhandensein eines eigenen Zimmers ( $r_s = .24, p = .013$ ), Rezeption journalistischer Medien ( $r_s = .27, p = .004$ ), Nutzung von Reddit ( $r_s = .20, p = .037$ )

### Wirksamkeit der Intervention:

- Signifikante Steigerung der Nachrichtenzkompetenz in der Experimentalgruppe ( $F(1, 104) = 5.47, p = .021, \eta_p^2 = .05$ ), insbesondere bei Kosmetik-Lernenden und Lernenden aus dem Kanton Aargau (BBB)
- Signifikante Steigerung der (extrinsischen) Motivation durch die Intervention  $F(1, 106) = 4.25, p = .042, \eta_p^2 = .04$
- Keine signifikante Steigerung der selbstwahrgenommenen Nachrichtenzkompetenz durch die Intervention ( $p = .116$ )

## Schlussfolgerungen / Diskussion

Die Befunde unterstreichen die Wirksamkeit kurzer, interaktiver Bildungsangebote zur Förderung der Nachrichtenzkompetenz und verdeutlichen zugleich, dass sowohl berufsspezifische als auch kantonale Unterschiede relevante Einflussfaktoren darstellen. Die Arbeit trägt zur empirischen Erforschung von Nachrichtenzkompetenz in der Berufsbildung bei und zeigt praxisnahe Ansätze auf, wie junge Menschen im digitalen Informationszeitalter darin unterstützt werden können, Informationen kritisch und reflektiert zu beurteilen sowie sich motiviert und informiert am politischen und gesellschaftlichen Leben zu beteiligen.



2 Ablauf der Interventionsstudie

## Literatur

Baptista, J. P., & Gradim, A. (2020). Understanding fake news consumption: A review. *Social Sciences*, 9(10), 185.  
 Dumitru, E.A. (2020). Testing children and adolescents' ability to identify fake news. *Societies*, 10(3), 71.  
 Külling-Knecht, C., Waller, G., Suter, L., Bernath, J., Willemse, I., Streule, P., Deda Bröchin, S., Jochim, M., Zulliger, M. A., & Süss, D. (2024). JAMES: Jugend, Aktivitäten, Medien - Erhebung Schweiz. ZHAW Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften.  
 Siegen, D. & Schneider, J. (2024). Mediennutzung. In fög – Forschungszentrum Öffentlichkeit und Gesellschaft (Hrsg.). *Jahrbuch Qualität der Medien 2024* (S. 87-96). Schwabe.  
 Tamboer, S. L., Molenaar, I., Bosse, T., & Kleemans, M. (2024). Testing an intervention to stimulate early adolescents' news literacy application in the Netherlands: A classroom experiment. *Journal of Children and Media*, 18(1), 60–79.  
 Wineburg, S., McGrew, S., Breakstone, J., & Ortega, T. (2016, November 22). *Evaluating information: The cornerstone of civic online reasoning*. Stanford History Education Group.