

# Digital ist besser. Jugend in der Mediengesellschaft

**Martina Schorn**  
BA MA MA

Jugendkulturforscherin



Am 26.4.2017 war Martina Schorn, wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Jugendkulturforschung in Wien, mit einem Vortrag über die Jugend in der Mediengesellschaft zu Gast bei der Jahreshauptversammlung der VCL NÖ am BG Zehnergasse in Wr. Neustadt. Die Referentin beleuchtete dabei unter anderem die Bedeutung, die digitale Medien im Alltag der Jugendlichen und jungen Erwachsenen heute spielen, und leitete auch Herausforderungen ab, vor denen die pädagogische Arbeit im Rahmen der Digitalisierung dabei steht.

## Aufwachsen in der Mediengesellschaft

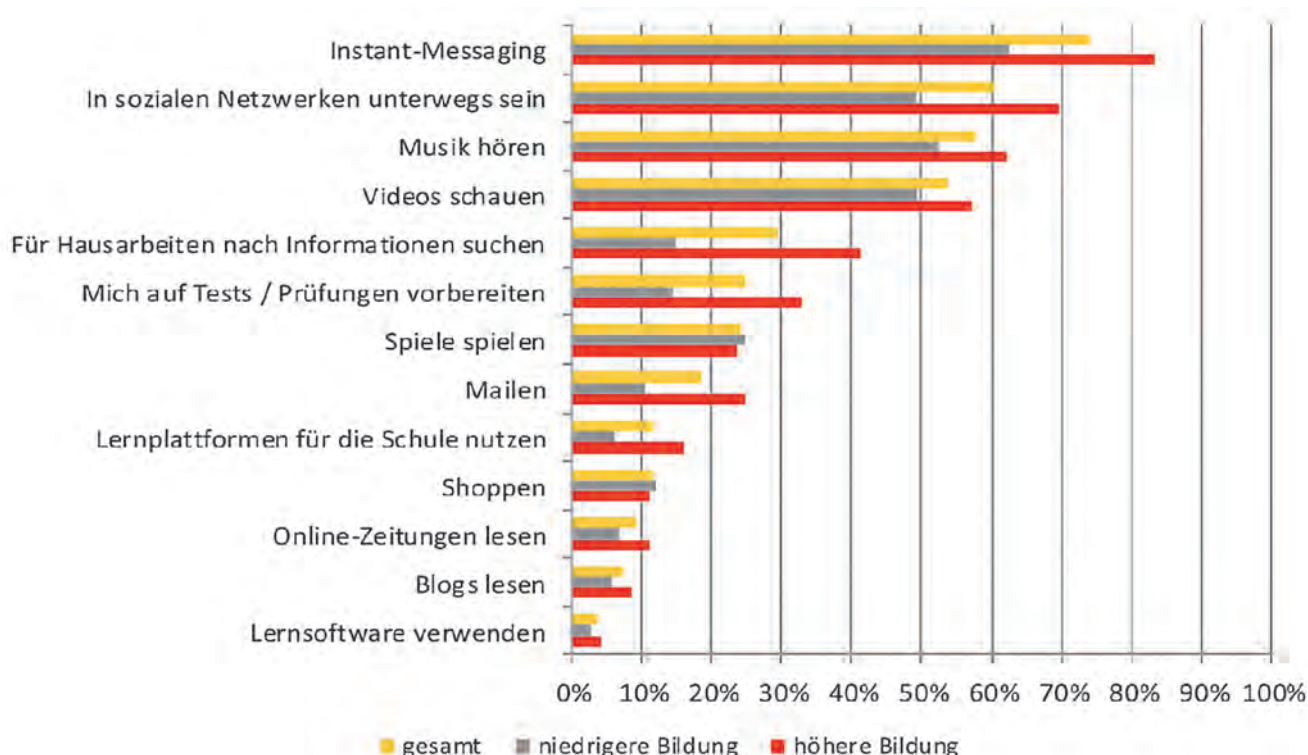
Junge Menschen werden im Aufwachsen heute vor allem durch die Mediatisierung und Digitalisierung unserer Gesellschaft geprägt. Der dynamische Medien- und Technologiewandel verändert die jugendlichen Lebenswelten nachhaltig. Ästhetisierung der Kommunikation und das Prinzip des „Broadcast Yourself“, die Selbstpräsentation und -vermarktung im Netz, um in der Gleichaltrigengruppe anerkannt zu werden, sind nur zwei Aspekte, die heute zu Leitprinzipien von Jugendkommunikation im Speziellen und Jugendkulturen im Allgemeinen geworden sind. Digitale Medien sind heute tägliche Begleiter der Jugendlichen, der Zugang dazu ist weitestgehend demokratisiert, wie auch die deutsche JIM-Studie 2014 zeigt: In der Altersgruppe der 12- bis 19-jährigen nutzen 81 Prozent der Jugendlichen das Internet täglich, unter den 18- bis 19-jährigen sind es sogar 90 Prozent (vgl. Medienpädagogischer Forschungsverband Südwest 2014: 23).

Medien sind heute neben den Eltern, den Peers und der Schule eine der einflussreichsten Sozialisationsinstanzen. Wie junge Menschen die Welt sehen, welche Werte sie haben und welchen Glaubensgrundsätzen sie folgen, wird heute in besonderer Art und Weise über – vor allem soziale – Medien vermittelt. Medien sind, wie bereits erwähnt, heute ein fester Bestandteil des jugendlichen Alltages. 9 von 10 deutschen Jugendlichen haben laut JIM-Studie 2015 einen Internetzugang über Tablet, Laptop oder Computer, 92 Prozent der 12- bis 19-jährigen Deutschen besitzen ein Smartphone (Medienpädagogischer Forschungsverband Südwest 2015: 7). Ähnlich dürften die Zahlen für Österreich aussehen.

## Jugendkulturelle Internetnutzung

Mediatisierung bedeutet heute auch, dass sämtliche Lebensbereiche mehr oder weniger von Medien durchdrungen werden. Offline- und Online-Realitäten laufen

**Denke jetzt bitte an die Art und Weise, wie Du das Internet außerhalb der Schule / Uni / Arbeit verwendest, ob zu Hause oder unterwegs. Wie häufig tust Du da die folgenden Dinge? Du kannst wählen zwischen häufig, gelegentlich, selten und nie. – Häufige Nutzung**



Institut für Jugendkulturforschung (2016): Digitale Kompetenzen für eine digitalisierte Lebenswelt.  
Studie im Auftrag der AK Wien. Basis: n=500; rep. für 15- bis 19-jährige in Wien

heute gleichwertig parallel. Vor allem auch die Sphäre der Freizeit, jene Sphäre, die für junge Menschen neben der Familie und den Freunden den wichtigsten Lebensbereich darstellt, ist von sozialer Mediennutzung geprägt. In der Freizeit laufen Online- und Offline-Welten zusammen, hier konvergiert die Vernetzung und Darstellung über das Internet mit den Freizeitinteressen und -vorlieben. Und aus dem Internet selbst sind mittlerweile eigene Jugendkulturen – wie jene der Gamer oder Youtuber – entstanden. Social Media Plattformen wie Facebook, Instagram, Youtube oder Snapchat punkten bei den Jugendlichen heute mit ihren vielfältigen Kommunikations-, Selbstdarstellungs-, Gestaltungs- und Beteiligungsmöglichkeiten, markieren im jugendlichen Alltag gleichzeitig aber auch einen Zufluchtsort (vgl. Großegger 2014: 31).

Während Erwachsene das Internet vorwiegend zur Kommunikation und Information nutzen, dient das Internet den Jugendlichen auch zur Unterhaltung. Interaktive Angebote, wie sie vor allem bildbasierte Social Media Angebote wie Snapchat oder Youtube darstellen, dienen vor allem dazu, (positive) Emotionen in der Gleichaltrigengruppe zu erzeugen. Soziale Motive sind für die jugendliche Internetnutzung vordergründig: Hier unterhält man sich mit Freunden, informiert sich über Lifestyle-Themen und präsentiert sich auf seinen Kanälen auch selbst. Dies zeigen auch Ergebnisse einer vom Institut für Jugendkulturforschung im Auftrag der AK Wien 2016 durchgeführten Studie zu den digitalen Kompetenzen der so genannten Digital Natives. Häufigste Motive für die Internetnutzung außerhalb von Schule/Uni/Arbeit sind Instant Messaging, also die Nutzung von Messaging-Apps wie WhatsApp, Viber oder Telegram, in sozialen Netzwerken unterwegs sein sowie Musik hören oder Videos schauen (vgl. Institut für Jugendkulturforschung 2016).

Unterschiede in der Art und Weise der Internetnutzung lassen sich nicht nur zwischen Erwachsenen und Jugendlichen feststellen. Bei einem genaueren Blick auf die Zielgruppe der Jugendlichen und jungen Erwachsenen wird nämlich deutlich, dass sich selbst innerhalb dieser Gruppe Nutzungsunterschiede ergeben. Während junge Erwachsene zwischen 20 und 29 Jahren nach wie vor eher textbasierte

Social Media Plattformen wie Facebook nutzen, zeigt sich in den jüngeren Zielgruppen der 11- bis 19-jährigen die Entwicklung zur (bewegt-)bildbasierten Unterhaltung, die man auf Plattformen wie Instagram oder Snapchat findet. Diese Plattformen punkten vor allem bei den unter 20-jährigen. Während beispielsweise knapp 60 Prozent der 16- bis 19-jährigen in einer Befragung der T-Factory Trendagentur 2015 angaben, Instagram und 50 Prozent angaben, Snapchat zu nutzen, waren diese Nutzungszahlen bei den 20- bis 24-jährigen mit 35 Prozent (Instagram) bzw. 27 Prozent (Snapchat) nur knapp halb so hoch.

Was diese bildbasierten Social Media Plattformen in besonderem Ausmaß unterstützen und fördern, ist eine Kommunikationskultur der Selbstthematisierung. Plattformen wie Instagram oder Youtube erzeugen in jungen Generationen dabei einen hohen sozialen Druck zur Selbstthematisierung. Mit diesen Medien wird nicht nur Kommunikation und Vernetzung in der Gleichaltrigengruppe ermöglicht, sondern auch ein Zwang zur Sichtbarkeit, zur Offenbarung erzeugt. Gleichzeitig ist ein Wandel der Bedeutung von Individualität bemerkbar: War der Prozess der Individualisierung einst ein emanzipatorischer, so bedeutet er heute auch den Zwang zur Unverwechselbarkeit und Distinktion, um in der Masse der Gleichen und Gleichgesinnten auch aufzufallen. Verstärkt werden diese Zwänge dabei auch durch die neuen Stars der heutigen Jugend, die sich heute primär auf Youtube versammeln.

### **Mediennutzung im Wandel: Zwischen Bildzentriertheit und verlinktem Lesen**

Mit der zunehmenden Mediatisierung und der Nutzung bildbasierter Medien ändert sich allerdings auch die Art und Weise der Information und mit ihr das Lesen an sich: Der heute vorherrschende Mixed-Media-Erzählstil bringt klassische Schreib-Lese-Kulturen, die nach wie vor den Schulunterricht dominieren, unter Druck. Lesen bedeutet für die Jugend heute nicht mehr alleine Lesen von Text, sondern vor allem auch Lesen von auditiven, grafischen oder Bewegtbild-Elementen. Schreiben und Lesen befinden sich heute im Wandel – als Zeichen dafür kann etwa auch die Jugendsprache gesehen werden, in der heute Abkürzungen und Sonderzeichen bzw. Emojis dominant sind.

Mit der Dominanz des Internets im Alltag junger Zielgruppen wird auch ein geänderter Zugang zur Informationsbeschaffung sichtbar: Information wird heute vor allem assoziativ, über sogenanntes freies Navigieren, gesammelt. Erste Anlaufstellen für die Informationssuche bei Jugendlichen sind dabei Google, Wikipedia, aber auch Social Media Plattformen wie Facebook. Was bei der Informationsbeschaffung über das Internet dabei allerdings weggefällt, ist eine Prüfinstanz, wie sie in klassischen Medien über Redaktionen vorhanden war. Partizipative Medien bieten einerseits zwar eine Demokratisierung der Medien, gleichzeitig muss den NutzerInnen die Überprüfung der gesammelten Informationen erst erlernt werden – im postfaktischen Zeitalter, in dem sich Fake-News über das Internet rasant verbreiten können – ist dies ein Anspruch, der auch Teil eines modernen Unterrichts sein sollte. Die Digital Natives kennen sich zwar mit dem Medium des Internets besser aus als ältere Generationen, wie sie dieses Medium aber verantwortungsbewusst einsetzen und die Menge an dort auffindbarer Information bewerten müssen, muss ihnen trotz allem noch vermittelt werden.

### **Literatur**

Großegger, Beate (2014): Burn out – slow down? Multitasking und virtuelle Mobilität im Alltag Jugendlicher. In: pädiatrie & pädologie. Österreichische Zeitschrift für Kinder- und Jugendheilkunde. 2014/49: S. 29-32.

Institut für Jugendkulturforschung (2016): Digitale Kompetenzen für eine digitalisierte Lebenswelt. Eine Jugendstudie der AK Wien, durchgeführt vom Institut für Jugendkulturforschung

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest [Hrsg.] (2015): JIM-Studie. Jugend, Information, (Multi-)Media. Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland. Stuttgart.

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest. [Hrsg.] (2014): JIM-Studie 2014. Jugend, Information, (Multi-)Media. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger. Stuttgart.

T-Factory Trendagentur (2015): Timescout-Sonder-Edition „Influencer 3.0“; Umfrage der T-Factory Trendagentur, rep. für 16- bis 29-jährige ÖsterreicherInnen (n = 1.000)