

2024-09-23 - Fragen

Aufwachsen im Zeitalter eines dynamischen kulturellen und technologischen Wandels

Digitalisierung und Konvergenz

- Zusammenwachsen von Medien und Technologien
- Digitales löst Analoges ab

Pluralisierung, Diversifizierung und Segmentierung von Publika

- es entsteht immer mehr Angebot an Medien und so

Mediatisierung, sprich: die mediale Durchdringung sämtlicher Lebensbereiche

- Medien dringen ins Leben
- offline / online parallel
- auch in Freizeit
- Unterhaltung
- bildbasierte Medien

Verdichtung und Beschleunigung der Information

- durch Medien werden immer tagesaktuelle Neuigkeiten verbreitet

Jugendliche als Nutzer tagesaktueller Information

Info-Seeker

- kleinste Gruppe
- politikinteressierte Wissenselite
- überdurchschnittlich überinformiert und bildungsnah

Info-Avoider

- Politik, nein danke!
- unterhaltungsorientiert

Info-Scanner

- wollen aktuell am laufenden sein
- ohne sich zu stark zu involvieren
- außer es ist jetzt ein großes Event oder eine Wahl

„Digital Natives“ und konvergente Medienwelt

Internetnutzung im Generationenvergleich

- Jugendliche (14-19 Jahre) nutzen das Internet intensiver als ältere Generationen.

- Hauptanwendungen: Musik hören (81,3%), Chatten (78,9%), Videoclips ansehen (64,2%).
- Unterschiede in der Nutzung: Jüngere nutzen das Internet spielerischer; Ältere bevorzugen praktische Anwendungen wie Online-Banking und Nachrichten.

Nutzung „klassischer Medien“

- Fernsehen bleibt ein wichtiges Lean-Back-Medium für Unterhaltung.
- Radio wird als Ambientmedium genutzt, um Monotonie zu brechen.
- Printmedien müssen online präsent sein, um relevant zu bleiben.

„Konvergenzprinzip“

- Digital Natives erwarten, dass Medienangebote online verfügbar sind.
- Zukünftige Medienkulturen basieren auf Online-Angeboten und Mediatheken.
- Klassische Medien müssen in der konvergenten Kommunikationslandschaft ihre Bedeutung verteidigen.

„Broadcast Yourself“: Web 2.0 als Bühne

„Demokratisierung und Veralltäglicung der Selbstthematisierung“

- **Hohe Nutzung:** 80% der 12- bis 18-Jährigen aktiv in Online-Communitys.
- **Top-Plattform:** Facebook dominiert die Jugendkommunikation.
- **Selbstpräsentation:** Aktive Nutzung des Internets zur Selbstdarstellung.
- **Partizipation:** Förderung einer „Amateurlkultur der Partizipation“.
- **Bühne für Ausdruck:** Web 2.0 als Raum für Kommunikation und Selbstausdruck.
- **Bedürfnis nach Gemeinschaft:** Austausch mit Gleichgesinnten.

„Friending“

- "Internet Freunde"
- Selbstdarstellungstool
- Kein "Mensch ohne Freunde" sein

Bedeutungsgewinn von unthematischer Information

- banale Alltagssituationen banal kommentieren

Jugendkulturelle Statements im Zugriff auf Medien und Popkultur

Bildkommunikation

- **Eigenart:** Visuelle Kommunikation basiert auf assoziativer Logik, im Gegensatz zur argumentierenden Logik der Textkommunikation.
- **Wert von Bildern:** Der Wert bemisst sich an der Frage: „Does it have legs?“ – Assoziativität ist entscheidend.
- **Simultaneität:** Bilder bieten Offenheit und regen zum Weiterdenken an.
- **Ressourcenpool:** Jugendliche nutzen bekannte Medien- und Konsumsymbole als „Prätexte“.
- **Intertextualität:** Bedeutungen werden zwischen Texten und kulturellen Bezügen gekreuzt; schafft „semantische Reibung“.
- **Dialogförderung:** Wichtig ist nicht die Zitatkunst, sondern die Anregung zum Dialog.

Jugendliche Online-Nutzung verändert Informations- und Kommunikationskulturen

Veränderung der Schreib-Lese-Kultur

- Schreib-Lese-Kultur dominiert Schulen
- Lesen nicht mehr nur Text lesen, sondern auch auditive, grafische Elemente, ...
- Emojis, Internet-Slang

Neets

- Jugendliche, die weder erwerbstätig oder in Ausbildung sind
- Bildungsfern

Freeters

- "Free Worker"
- Bildungsnah / Qualifiziert

Generation Praktikum

- Jugendliche finden ihren Einstieg durch Berufseinstiegspraktika
- Kleinere Firmen helfen jungen Menschen Berufspraxiserfahrung zu sammeln

Work-Life-Balance

- Freizeit
- Heute nicht garantiert
- Jugendliche fördern Work-Life-Balance

Generation Facebook – Hoffnungen und Enttäuschungen

- große Partizipationshoffnungen bei Jugendpolitik durch Web 2.0
- Enttäuschung durch Kommentarkultur, Shitstorming
- sehr vieles passiert heutzutage online

Online Social Media als junge Populärkultur

- Jugendliche Posten Bilder und co. auf Social Media
- Selbstdarsteller
- wettbewerbsorientiert-erfolgsgesellschaftlichen Prinzipie
- Selfies

Assoziative Informationsgewinnung

- Information wird über freies Navigieren gesammelt
- Google, Wikipedia, Social Media
- Prüfinstanz fällt weg

Postfaktisches Zeitalter

- Fake News
- nicht alles ist wahr im Internet

