

VON SEBASTIAN WEGENER

NICHT OHNE MEIN SMARTPHONE

WIE TICKT EINE GENERATION, FÜR DIE EIN LEBEN OHNE SOCIAL MEDIA UND SMARTPHONE NICHT MEHR DENKBAR IST? WAS IST IHR WICHTIG, WAS LÄSST SIE KALT? WIE WIRKT SICH DAS AUF IHRE LEBENSWELT AUS? GEMEINSAM MIT JUGENDFORSCHER PHILIPP IKRATH, VORSITZENDER DES VEREINS JUGENDKULTURFORSCHUNG.DE, SIND WIR DIGITALEN TRENDS IN DER JUNGEN GENERATION AUF DER SPUR.

Dass Social Media aus den jugendkulturellen Lebenswelten nicht mehr wegzudenken sind, bestätigt eine aktuelle Studie des Instituts für Jugendkulturforschung: 300 bildungsnahe „Digital Natives“ im Alter von 16 bis 24 Jahren wurden dabei zu ihrem digitalen Kommunikations-Mix befragt. Die Smartphone-Sättigung liegt in dieser Zielgruppe bei nahezu 100 Prozent, mobile Nutzung in Echtzeit wird bei Jugendlichen zur selbstverordneten Medizin gegen „FOMO“ (Fear Of Missing Out).

SOCIAL MEDIA SIND DAS WICHTIGSTE KOMMUNIKATIONSTOOL FÜR JUNGE LEUTE

Diesen Befund teilt auch Jugendforscher Philipp Ikrath im Gespräch: „Über den gesamten Tagesverlauf werden Social Media für die verschiedensten Dinge verwendet. Sie sind das wichtigste Nachrichtenportal für junge Leute, sind der wichtigste Veranstaltungskalender, sie sind das wichtigste Kommunikationsinstrument, sie sind auch das wichtigste Unterhaltungsinstrument. Momentan am allerwichtigsten für die Gruppe der Unter-20-Jährigen ist sicher Instagram. In dieser Gruppe hat das Bilder-Netzwerk zum Beispiel Facebook schon längst abgelöst, und es ist auch das, womit sich die meisten verbunden fühlen. Man hat zwar Facebook noch, aber das, womit man eine gewisse Leidenschaft an den Tag legt, ist dann eben Instagram.“ Neben Instagram, WhatsApp und YouTube sind Snapchat und Facebook die populärsten Apps. Gemessen an der Nutzungsintensität entfallen in der untersuchten Zielgruppe 86 Prozent der gesamten Nutzung auf diese fünf beliebtesten Apps. Der Rest wird von Apps für speziellere Zielgruppenbedürfnisse abgedeckt, etwa Twitch, ein Live-Streaming-Videoportal, das vorrangig zur Übertragung von Videospiele genutzt wird.

Bei den Teenies liegt Snapchat nach wie vor im Trend: 74 Prozent der 16-bis-19-Jährigen nutzen Snapchat täglich (bei den 20-bis-24-Jährigen sind es deutlich weniger: nur 37 Prozent). Instagram rangiert in der digitaltrendaffinen jungen Zielgruppe mit 62 Prozent täglichen UserInnen generell auf hohem Niveau, und zwar ebenfalls mit tendenziell größerem Potenzial bei den Jüngeren. Facebook wird hingegen alt und immer älter: Nur mehr 52 Prozent der 16-bis-19-Jährigen nutzen es als Tagesbegleiter, bei den 20-bis-24-Jährigen liegt der Anteil der täglichen Facebook-UserInnen noch bei 86 Prozent. Was die Art der Nutzung betrifft, sieht Ikrath eine klare Tendenz: „Die sozialen Medien haben viele Dinge verschärft und auch gnadenloser gemacht. Wenn man allerdings heute sagt, dass die jungen Leute nur Selbstdarsteller sind, ist das wohl eine romantische Verklärung, weil die Menschen immer Selbstdarsteller gewesen sind. Heute zeigen sie es nur einfach mehr als früher.“

„GENERATION CLOUD-TV“: YOUTUBE & CO ÜBER ALLES

Auch das Fernsehverhalten der Digital Natives ist mittlerweile völlig konträr zu dem ihrer Eltern, sie setzen voll auf

Cloud-TV: Während lineares Fernsehen immer mehr an Bedeutung verliert, gewinnt zeitsouveränes Abrufen von Streams auf unterschiedlichen Endgeräten rapide an Bedeutung. Neben Mediatheken und Streamingportalen ist YouTube in der „Generation Cloud-TV“ der bedeutendste Faktor in Sachen Internetfernsehen geworden. Vor allem bei männlichen Jugendlichen ist YouTube im Media-Mix fest verankert: Für 83 Prozent der Burschen und jungen Männer, die YouTube täglich nutzen, ist das Videoportal der unverzichtbare Tagesbegleiter. Bei Mädchen und jungen Frauen ist der Anteil der täglichen NutzerInnen mit 51 Prozent deutlich niedriger. Im Ranking der beliebtesten YouTube-Genres liegen Musik und Comedy bei beiden Geschlechtern ganz vorn. Ansonsten laufen Genrepräferenzen über weite Strecken auseinander. Die Top-5-YouTube-Genres der Mädchen und jungen Frauen sind Musik, Comedy, Tutorials, Beauty/Kosmetik und Kino/Film. Die Top-5-YouTube-Genres der Burschen und jungen Männer zum Vergleich: Musik, Comedy, Sport, Fitness und Dokumentationen. Die YouTube-Nutzung zeigt somit in den jungen Bildungsschichten einen deutlichen Gender-Gap in Bezug auf Themeninteressen.

„DIE SOZIALEN MEDIEN
HABEN VIELE DINGE
VERSCHÄRFT UND AUCH
GNADENLOSER GEMACHT.“

Philipp Ikrath
Vorsitzender des Vereins
jugendkulturforschung.de



Foto: jugendkulturforschung.de

DAS DIGITALE SELBSTBILD EINER GENERATION

Dies alles hat auch Auswirkungen auf die Sozialisation, wie Ikrath erklärt: „Man hat in diesem Bereich heutzutage viel mehr Stress im Vergleich zu Zeiten, als es diese sozialen Medien noch nicht gab. Jeder Punkt, den man nach außen darstellt, muss genau überlegt werden, und wenn man einen Fehler macht, verschwindet das auch nicht so einfach. Die Menschen haben keine Privatsphäre mehr, da sie die ganze Zeit – ob sie es wissen oder nicht, ob es sie freut oder nicht – irgendwie an ihrer Selbstdarstellung arbeiten müssen. Denn es gibt quasi die Pflicht, diese Medien zu verwenden, es geht einfach nicht mehr ohne.“ Was die weitere Entwicklung betrifft, ist auch Ikrath gespannt: „Auf der anderen Seite wird es interessant sein zu sehen, wie die Kinder einer Elterngeneration reagieren, die die ganze Zeit am Smartphone hängt. Kinder, die nicht mehr in der Zeit aufwachsen, als es einen totalen Technik-Optimismus gab, als man glaubte, dass damit alle Probleme der Welt gelöst werden, und die mitbekommen, dass sich ihre Eltern mehr ihren Smartphones widmen als ihnen. Ob das Spuren in der Sozialisation hinterlassen wird? Ich könnte es mir vorstellen, aber ob der Zwang mitmachen zu müssen oder eine skeptischere Grundhaltung letzten Endes die Oberhand behalten wird, weiß ich nicht.“