

Abschied von der Netzgeneration: Von den Digital Natives zu digitalen Jugendkulturen¹

Jugend ist gegenwärtig nicht nur Offline-Jugend, sondern zugleich Online-Jugend. Und auch die in diesem Beitrag im Mittelpunkt stehenden *jugendkulturellen Vergemeinschaftungsformen*, im Rahmen derer sich Jugendliche selbst darstellen, mit ihrer Identität auseinandersetzen und soziales Miteinander von Gleichgesinnten finden können – sei es Hip-Hop, Gothic, Techno oder neuerdings die Emo- oder Visual Kei-Szene –, sind heute nicht mehr denkbar ohne ihre Erweiterungen im Internet. Insofern sind Jugendkulturen immer auch *digitale* Jugendkulturen. Freilich nutzen nicht alle jugendkulturellen Gesellungen Internet, Computer und mobile Geräte (Handys, Smartphones, portable Spielkonsolen) in gleichem Maße. Dies ist davon abhängig, welche Funktion das Internet und seine unterschiedlichen Anwendungen für die jeweiligen Gesellungsformen einnehmen und in welcher Intensität das Netz von den Mitgliedern einer Szene genutzt wird: Kommunikation, Interaktion und Selbstdarstellung mithilfe von Webangeboten können entweder Kernelement oder Begleiterscheinung in jugendkulturellen Gruppierungen sein.

Dieser Beitrag fragt zunächst danach, wie derzeit digitale Medien durch Jugendliche genutzt werden, bevor er sich mit dem sozialwissenschaftlichen Diskurs über digitale Jugendkulturen auseinandersetzt. Während große Teile des bisherigen Diskurses die Umgangsweisen und Vergemeinschaftungsprozesse von Jugendlichen im Internet vor allem als Zeichen für die Entstehung einer neuen Generationengestalt zu interpretieren versuchen, problematisiert dieser Beitrag die Etikettierung als Netz-Generation: Vor dem Hintergrund der seit Anfang der 1990er Jahre zunehmend festzustellenden Entstrukturierung, Pluralisierung und Ausdifferenzierung der Jugendkulturen wird vorgeschla-

gen, bei der Analyse digitaler Jugendkulturen insbesondere die *partikularen* Orientierungen der Jugendlichen anzuerkennen.

1. Medienwandel und Nutzung digitaler Medien durch Jugendliche

In den letzten zehn bis fünfzehn Jahren hat ein bemerkenswerter Medienwandel stattgefunden, der mit den folgenden Begriffen zu kennzeichnen ist: *Digitalisierung* (Umstellung von analoger auf digitale Technologie bzw. Umwandlung analoger Signale in digitale Daten, die mit dem Computer weiterverarbeitet werden können), *Konvergenz* (Zusammenwachsen unterschiedlicher Medien, z.B. die Konvergenz von Fernsehen und Internet, Internet und Handy, auditive Medien und Computer), *Pluralisierung* (Vervielfachung von Medien, angetrieben durch die Digitalisierung) und *Diversifizierung* (Spezialisierung der medialen Nutzungsangebote wie die Zunahme von speziellen Fernseh- und Radiokanälen sowie die Entwicklung des geradezu unübersehbaren Angebots an Webangeboten). Dieser Wandel eröffnet neue sozio-technische Möglichkeitsräume für Jugend und Jugendkulturen.

Jugend weist spezifische mediale Nutzungskonturen auf: Die Leitmedien für Jugendliche sind heute vor allem Computer, Internet, Fernsehen, Handy und MP3-Player. Betrachtet man die Daten zur Mediennutzung im Vergleich der letzten zehn Jahre, zeigt sich zunächst, dass das klassische lineare Fernsehen nach wie vor auf hohem Niveau steht und damit eine Schlüsselposition im Medienalltag einnimmt: Während 1998 etwa 95 Prozent der Jugendlichen täglich oder mindestens mehrmals in der Woche fernsahen, sind es 2008 immer noch fast neun von zehn Jugendlichen (89%) (vgl. Klingler 2008,

S. 627). Während also insbesondere das klassische Medium Fernsehen *parallel* zu den digitalen Medien genutzt wird, weil es von den Jugendlichen nach wie vor für seine Unterhaltung- und Informationsqualität sowie für seine Qualität des Nicht-agieren-müssens geschätzt wird (vgl. Feierabend/Kutteroff 2008), sinkt dagegen die Attraktivität von Printmedien, insbesondere von Tageszeitungen und Zeitschriften (weniger von Büchern, die sich bei Jugendlichen gut behaupten können): Während noch 1998 38 Prozent der 12- bis 13-Jährigen täglich, fast täglich oder mehrmals in der Woche eine Tageszeitung nutzten, gaben 2008 nur 22 Prozent dieser Altersgruppe an, eine Tageszeitung mindestens einmal in der Woche zu lesen (vgl. Klingler 2008, S. 630f.). Vor allem Tageszeitungen scheinen die Verlierer des digitalen Medienwandels zu sein, zumindest wenn es um ihren Stellenwert bei Jugendlichen geht.

Die bedeutendste Veränderung in der Mediennutzung der letzten zehn Jahre zeigt sich aber ohne Zweifel bei der Integration von Computer, Internet und Handy ins Medienrepertoire der Heranwachsenden. Jugend gehört (nicht erst) seit der öffentlichen Verfügbarmachung des Internet Mitte der 1990er Jahre – im Vergleich zu Erwachsenen – zu derjenigen Bevölkerungsgruppe, die die neuen Medienentwicklungen besonders schnell bearbeitet und an ihre individuellen Bedürfnisse anpasst. Und: Jugendliche nutzen die neuen Medien besonders intensiv. So hat sich der Anteil der 12- bis 19-Jährigen, die täglich oder mehrmals in der Woche den Computer nutzen fast verdoppelt (1998: 48%, 2008: 89%). Nahezu alle Jugendlichen gehen heute zumindest selten ins Internet. Im Jahr 2008 sind dies 97 Prozent (vgl. Feierabend/Kutteroff 2008). Die tägliche oder mehrmals in der Woche stattfindende Internetnutzung lag 1998 noch bei 5 Prozent, bis 2008 hat sie sich auf 84 Prozent gesteigert. Damit liegt sie gleichauf mit der Handynutzung (vgl. Klingler 2008, S. 627). Die nutzungsstärkste Altersgruppe beim Internet sind die 14- bis 29-Jährigen. Während Erwachsene das Internet vor allem informations- und kommunikationsorientiert nutzen, sicherlich bedingt durch die rationalen Verwen-

dungsweisen im beruflichen Kontext (vgl. Treumann et al. 2002), ist für Jugendliche typisch, dass sie die multimedialen und interaktiven Angebote der Online-Welt *zusätzlich* unterhaltungsorientiert nutzen. Dabei spielt das Abrufen von Audio- und Videodateien eine wichtige Rolle, auch deshalb, weil Jugendliche der *Musik* eine hohe emotionale Bedeutung beimessen, insbesondere im Hinblick auf Gefühlsmanagement, Lebensstilorientierung und Sinnfragen. Jugendliche setzen sich bei der Nutzung des Internet aber nicht nur beim Nutzungsmotiv Unterhaltung gegenüber älteren Usern ab, sondern auch im Hinblick auf die *sozialen Motive*, die mit den neuen Community-Angeboten wie schülerVZ, studiVZ oder MySpace verbunden werden. Online-Communities werden von ihnen vor allem für Pflege und Erweiterung des persönlichen Freundschaftsnetzwerkes aufgesucht (vgl. Feierabend/Kutteroff 2008). Dabei können Anonymität bzw. Pseudonymität der Online-Existenz offenbar dazu beitragen, schneller als in der Offline-Welt bisher fremde Personen kennenzulernen, d.h. diese nicht nur in die eigene Freundesliste einer Social Network Site einzufügen („add“), sondern mit diesen auch in kommunikativen Kontakt zu treten, bis hin zum Treffen im Real Life. Allerdings zeigt sich in den jüngsten Untersuchungen zur Nutzung des Social Web, dass Jugendliche den größten Stellenwert dort der Verankerung mit ihrem Freundschaftsnetzwerk in der Offline-Welt beimessen (vgl. Boyd 2009; Schmidt/Paus-Hasebrink/Hasebrink 2009; Wagner/Brüggen/Gebel 2009). In ihren Selbstdarstellungen im Social Web positionieren sich die Heranwachsenden als Mitglieder jugendkultureller Gesellungen, seien es Cliques oder bestimmte Jugendszenen, wie z.B. Musikszenen. Im sozialen Onlineverhalten der Jugendlichen lassen sich somit auch *identitätsrelevante* Aspekte erkennen, welche erstens in der Darstellung sowie Manifestierung der *Zugehörigkeit* zu einer jugendkulturellen Gruppe bestehen, zweitens in der Suche nach *Anerkennung* von Anderen – etwa mithilfe selbst verfasster Konzertkritiken –, die sich ebenfalls einer bestimmten jugendkulturellen Gesellungsform zugehörig fühlen (vgl. Hugger 2009a).

Insgesamt zeigt sich, dass Jugendliche flexibel mit den digitalen Medien interagieren und diese sich zu unterschiedlichen Zwecken aneignen. Sie besiedeln die Online-Welt entsprechend ihrer Interessen und Hobbys, die mit der Offline-Welt verankert sind. Sie verfügen über differente Aneignungsmuster, die sich sowohl im zeitlichen Umfang ihrer Medienzuwendung abbilden als auch im kreativen Umgang mit den digitalen Medien sowie in unterschiedlichen Di-

Internet gekennzeichnet durch die technischen Möglichkeiten der partizipativen Interaktion, Annotation, Zitation, Kollaboration und Kommentierung (vgl. Marotzki 2008), angeboten von Seiten wie z.B. YouTube, MySpace, schülerVZ und studiVZ. In den Programmen der traditionellen Massenmedien Fernsehen, Radio und Presse können sich Jugendliche meist in nur geringem Maße selbst artikulieren und somit eigene Interessen zum Ausdruck bringen. Sie werden in den Massenmedien vor allem dann thematisiert, wenn es entweder im besonders positiven Sinn um ihre Leistungsbereitschaft geht (z.B. im Sport oder in der Forschung) oder um ihre Wahrnehmung als Problemgruppe. Aufgrund dieser einseitigen Berichterstattung und der geringen Teilhabemöglichkeiten reagieren viele Jugendliche auf die Massenmedien mit Skepsis und Misstrauen. Die Jugendlichen suchen sich *mediale Alternativen* öffentlicher oder teilöffentlicher Artikulation zunehmend mithilfe des Internet. So finden politisch interessierte und vielfältig engagierte Jugendliche im Internet zahlreiche neue Freiheiten und Angebotsformen vor, die sie in der Offline-Welt nicht immer haben. Allerdings gelingt es nicht allen Jugendlichen in gleichem Maße, die sich eröffnenden Möglichkeiten der digitalen Medien für sich zunutze zu machen. Neben denjenigen, die über ein hohes formales Bildungsniveau verfügen und sich die Angebote der Online-Welt besonders schnell und flexibel aneignen, inklusive der notwendigen Kompetenzen, gibt es die formal niedriger Gebildeten, denen die Fruchtbarmachung des gesamten Möglichkeitsfeldes der digitalen Medien weniger kompetent gelingt (vgl. Treumann et al. 2007). Obwohl also die empirischen Daten auf eine fast schon flächendeckende Zuwendung der gegenwärtigen Jugendkohorte und ihren kulturellen Gesellungen zu Computer, Internet und mobilen Geräten hinweisen, dürfen diese Ergebnisse nicht dazu verleiten, vorschnell und euphorisch eine neue digitale Generation zu feiern, die mit den neuen Medien immer und überall souverän umzugehen weiß. Bei genauerer Betrachtung der Daten sind die heutigen Jugendlichen in sich deutlich heterogener als sie auf den ersten Blick erscheinen.



Abb. 1: Öffentliche LAN-Party: Dabei messen sich die Teilnehmer in Computerspielen, bei denen Taktik, Strategie und Geschick gefordert werden.

mensionierungen von Medienkompetenz (vgl. Treumann et al. 2007). Damit wird die grundsätzliche mediensozialisatorische Einsicht auch für die digitalen Medien bestätigt, nämlich dass der Heranwachsende als dazu befähigt anzusehen ist, sich seine mediale Umwelt aktiv anzueignen und auch an der (gemeinschaftlichen) Gestaltung der Medien bzw. sozio-technischer Gefüge aktiv zu partizipieren. Dabei gilt aber ebenfalls, dass Einflüsse der Medien auf die Persönlichkeitsentwicklung für den Sozialisationsprozess konstitutiv sind, allerdings nicht im Sinne einer direkten, kausalen Wirkungslogik, sondern im Rahmen der wechselseitigen Beziehung zwischen Subjekt und Medium, innerhalb eines komplexen Bedingungsgefüges und kombiniert mit anderen Faktoren.

Im Vergleich zu den Massenmedien eröffnen die digitalen Medien ihren Nutzern erweiterte Partizipationsmöglichkeiten – im Social Web des

2. Die sozialwissenschaftlichen Diskurse über digitale Jugendkulturen

Die sozialwissenschaftlichen Diskurse über digitale Jugendkulturen sind nicht neu. Sie sind nicht einer Disziplin zuzuordnen, sondern enthalten Beiträge aus Erziehungswissenschaft, Soziologie, Medienwissenschaft und Kommunikationswissenschaft. Um die verschiedenen Facetten zu ordnen, unterscheide ich zwei Diskurse: Der erste versucht die Umgangsweisen und Vergemeinschaftungsprozesse von Jugendlichen im Internet als Zeichen für die Entstehung einer neuen Generationengestalt zu interpretieren. Douglas Kellner gehört zu den ersten Sozialwissenschaftlern, der Mitte der 1990er Jahre diesen Zusammenhang aufzeigt. „Während Jugendliche größtenteils von der herrschenden Medienkultur ausgeschlossen sind, stellt die Computerkultur einen diskursiven und politischen Ort dar, an dem Jugendliche Einfluss nehmen, sich an Diskussionsgruppen beteiligen, ihre eigenen Web-Seiten anlegen und neue multimediale Formen für den kulturellen Austausch erfinden können. Das Spektrum reicht von Diskussionen über Themen öffentlichen Interesses bis zur Entwicklung eigener Kulturformen. Dabei können auch diejenigen an der Kulturproduktion teilnehmen, die bisher davon ausgeschlossen waren.“ (Kellner 1997, S. 312). Für Kellner bilden die heutigen Jugendlichen die „erste Cybergeneration“ (ebd., S. 310), die erste Gruppe von Jugendlichen, die in einer Internetkultur aufgewachsen ist. In ähnlicher Weise argumentiert Don Tapscott (1998), der bei den 2- bis 22-Jährigen eine Netz-Generation entstehen sieht. Von früheren Generationen unterscheidet sie sich dadurch, dass hier erstmals eine Jugend inmitten digitaler Medien heranwächst und erstmals in der Geschichte der Menschheit mit einer wichtigen gesellschaftlichen Neuerung leichter zurechtkommt als ihre Eltern. Die typischen Vertreter der Netz-Generation haben ein ausgeprägtes Bedürfnis, die eigene Meinung mithilfe des Internet autonom gegenüber anderen zu vertreten. Sie besitzen eine besonders große emotionale und intellek-

tuelle Offenheit, sich in der Online-Welt selbst zu präsentieren. Sie integrieren ihr soziales Leben in die Online-Welt, ohne ihr Dasein in der Offline-Welt aufzugeben. Sie stellen eine Kultur der Innovation und des Forschungsdrangs dar. Sie sind unvoreingenommen gegenüber neuen Denkweisen. Sie erwarten, alles unmittelbar und schnell erledigen zu können. Die Netz-Generation misstraut kommerziell kontrollierten Medienmonopolen und sie hat aufgrund der oftmals wenig vertrauenswürdigen Informationslage im Internet auch ein starkes Bewusstsein für die Echtheit von veröffentlichten Informationen (vgl. ebd., S. 103ff). Die bisher jüngste Generationenbeschreibung in diesem Sinne kennzeichnet die heutige Jugend als erste Generation von „Digital Natives“ (Palfrey/Gasser 2008). Im Gegensatz zu den „Digital Immigrants“, die die Online-Welt erst als Erwachsene kennen und nutzen lernen, mit ihr also weniger vertraut und ihr gegenüber skeptisch sind, sind die Digital Natives nahezu permanent online. Sie unterscheiden nicht mehr zwischen Online- und Offline-Identität, sondern verfügen über eine einzige Identität, die lediglich unterschiedlich kontextualisiert ist. Sie verfügen über einen großen Freundeskreis on- wie offline. Über ihren Freundeskreis führen sie auf ihren Social Network Sites Buch. Die Digital Natives erwarten, ihre Musik kostenlos und unbeschränkt digital übertragen zu können. Sie sind kreativ und machen ihre Kreativität mithilfe von Wikipedia, Second Life, YouTube oder MySpace fruchtbar. Sie verlassen sich im Hinblick auf Informationsbeschaffung vollständig auf das Internet. Allerdings gibt ihr allzu offener, ja teils naiver Umgang mit persönlichen Daten im Netz Anlass zur Besorgnis, weil ihre digitalen Fahrten von kommerzieller und verbrecherischer Seite zunutze gemacht werden (vgl. ebd., S. 4ff).

In diesem Diskurs über digitale Jugend und Jugendkulturen wird eine kulturell gefasste Netz-Generation konstruiert, die gemeinsame Merkmale besitzt. Es wird von der *Generationenlagerung* (vgl. bereits Mannheim 1928) einer oder benachbarter Geburtskohorten ausgegangen, für die die besonderen kollek-

tiven Lebenserfahrungen, -stile und -einstellungen, die sich aufgrund des Umgangs mit der technischen Errungenschaft Internet ausbilden, konstitutiv sind. Allerdings: Ähnlich der '68er-Generation, über deren eindeutige Generationsformation ein gesellschaftlicher Konsens erst Jahre später hergestellt werden konnte, wird sich wohl auch für die potentielle Netz-Generation erst in der historischen Retrospektive zeigen, ob es sich hier klar um ein Generationenphänomen handelt. Zwar spricht die – mehr oder weniger – gemeinsame Partizipation an den Angeboten der neuen digitalen Technologien (vgl. Abschnitt 1) tendenziell für eine solche Zuschreibung. Jedoch muss auch grundsätzlich bezweifelt werden, dass ein Konzept für Beschreibung und Analyse der gegenwärtigen Jugend und Jugendkulturen tragfähig genug ist, welches sich auf gemeinsame kulturelle Werte und Orientierungen, etwa hinsichtlich Lebenserfahrungen, Lebensstilen und Lebenseinstellungen, fokussiert. In diesem Konzept findet die in den letzten Jahren zu beobachtende Vielfalt der jugendkulturellen Landschaft nur insofern einen Platz, als sie in einen gemeinsamen Generationszusammenhang integriert werden kann.

3. Abschied von der Netz-Generation

Mit dieser Skepsis spreche ich einen zweiten Diskurs über digitale Jugendkulturen an, den ich als leitend für zukünftige Forschungsarbeiten ansehe (vgl. Hugger 2009b). Während hinter dem ersten Diskurs also ein Verständnis steht, das Heterogenität (von verschiedenen Jugendkulturen) in Homogenität (einer Jugendgeneration) zu integrieren versucht, verzichtet das hier favorisierte Konzept vor dem Hintergrund der seit Anfang der 1990er Jahre zunehmend festzustellenden Entstrukturierung, Pluralisierung und Ausdifferenzierung der Jugendkulturen auf die Vorstellung, noch ein Gesamtbild der Jugend zeichnen zu können (vgl. Baacke 2007; Ferchhoff 2007). Die Etikettierung als Netz-Generation erscheint problematisch und illusionär, weil die Komplexität, Differenz und Ambivalenz von Jugend

und Jugendkulturen, so wie sie in den letzten Jahren empirisch zum Ausdruck kommt, kaum mehr eine Verbindung durch gemeinsame Werte und Orientierungen erkennen lässt. Dabei haben die fortschreitende Mediatisierung – von den Angeboten in klassischen Medien wie MTV und VIVA bis hin zu denjenigen in den digitalen Medien wie schülerVZ, YouTube oder Pennergame –, Kommerzialisierung und Globalisierung von Jugendkulturen der Vervielfältigung jugendkultureller Erscheinungsformen erst zum Erfolg verholfen.

Aus diesem Grund lege ich der Analyse *digitaler* Jugendkulturen ein Konzept zugrunde, das die einzelnen jugendkulturellen Gesellungen vor allem in ihren *partikularen* Orientierungen anerkennt. Denn: Die Pluralität jugendkultureller Vergemeinschaftungsformen korrespondiert mit der Pluralität digitaler Mediennutzung. Das Internet bietet jeder nur erdenklichen Jugendkultur und Jugendszene einen geradezu unüberschaubaren Möglichkeitsraum, sich mit einem spezifischen Webangebot zu präsentieren, inszenieren, stilisieren, orientieren und vergemeinschaften. Dies bedeutet: Um ein Verständnis dafür zu entwickeln, wie und warum Jugendliche und ihre jugendkulturellen Gesellungen die Online-Welt besiedeln und sich dort in Verankerung mit der Offline-Welt gewissermaßen *hybrid* sozialisieren, muss man sich von der homogenisierenden Generationengestalt der Netz-Generation verabschieden und sich den jugendkulturellen Eigenheiten sowie den Selbstdefinitionen der Jugendlichen zuwenden. Von diesem Standpunkt aus lassen sich – bei aller Pluralität – durchaus strukturelle Gemeinsamkeiten digitaler Jugendkulturen erkennen (vgl. dazu die frühe Kennzeichnung jugendlicher Medienszenen von Baacke (1988)):

1. Jugendliche suchen in der Online-Welt nach *Intensitätserfahrungen*, im Rahmen derer sie die Präsentations-, Kommunikations- und Interaktionsumgebungen sowie -situationen (z.B. das eigene Profil auf einer Social Network Site oder die Kommentierung eines Weblog-Beitrags) aktiv mitgestalten können, im Gegensatz zum linearen Fernsehen oder Radiohören.

2. Jugendliche suchen in der Online-Welt nach *Ganzheitserfahrungen*. Im Gegensatz zu den traditionellen Medien, die oftmals von den Jugendlichen als abstrakt erlebt werden, erlaubt es die Online-Welt die eigenen, konkreten lebensweltlichen Erfahrungen einzubringen und mit (ausgewählten) anderen zu teilen. Ein Beleg dafür ist die Fixierung von Jugendlichen auf lokale Freundschaften auf Social Network Sites. Somit eröffnen die digitalen Medien den Jugendlichen den Bezug zum unmittelbaren lokalen Lebensraum, zugleich aber potentiell zu weit entfernten Lebenskontexten, die über das Internet nun schnell erreichbar werden. Die Konkretheit der Online-Welt ist aus noch einem anderen Grund nur auf den ersten Blick ein Widerspruch für Jugendliche: In der Online-Welt machen (nicht nur) sie *reale* Erfahrungen. Das soziale Leben im Netz ist ein mittlerweile integraler Bestandteil jugendlicher Lebenswelt, wenngleich nicht jeder gleich souverän mit permanenten Medienwechseln umzugehen weiß. Die Lebenswelt heutiger Jugendlicher wird von Virtuellem und Realem durchdrungen, beides ergänzt sich.
3. Jugendliche suchen in der Online-Welt nach *Subjektivitätserfahrungen*. Jugendliche sind trotz der zu beobachtenden gesellschaftlichen Enttraditionalisierungs- und Individualisierungsprozesse nicht freigesetzt. Sie können die sich ihnen eröffnenden Handlungsoptionen keineswegs frei wählen, sondern sind in neue strukturelle Abhängigkeiten eingebunden (Arbeitsmarkt, Bildung, Konsum, Moden etc.). Die partizipativen und subversiven Möglichkeiten der Online-Welt erlauben es zumindest potentiell, der Diffusität und Fremdbestimmung durch neue strukturelle Restriktionen selbstbestimmte Artikulation entgegenzusetzen, um dadurch nicht zuletzt die Wirksamkeit eigenen Handelns erfahren zu können.

Freilich sind die drei genannten strukturellen Gemeinsamkeiten nicht fix an die Wertorientierungen einer gemeinsamen, ja hegemonia-

len Kultur gebunden. Vielmehr stehen die Gemeinsamkeiten in Relation zu ihrer Auslegung in der jeweiligen Jugendkultur. Was also das Gemeinsame genau ausmacht, ist – im Unterschied zur Perspektive der Netz-Generation – immer aus dem Blickwinkel der jeweiligen Jugendlichen bzw. jugendkulturellen Gesellschaften zu interpretieren. Für die zukünftige, digital sensible Jugendmedienforschung gilt, diesen Blickwinkel bei der Auseinandersetzung mit Jugendkulturen und digitalen Medien theoretisch wie empirisch fruchtbar zu machen.

Autor

Kai-Uwe Hugger: Prof. Dr.; lehrt Medienpädagogik und Mediendidaktik an der Universität zu Köln; Arbeitsschwerpunkte: Digitale Kindheits- und Jugendforschung, Mediensozialisation, Medienkompetenzforschung und Medienpädagogische Professionalisierung.

Anmerkung

- 1 Dies ist eine leicht veränderte und gekürzte Fassung des Beitrags „Digitale Jugendkulturen: Eine Einleitung“, der 2009 im Sammelband „Digitale Jugendkulturen“, herausgegeben von Kai-Uwe Hugger, erschienen ist.

Literatur

- Baacke, D. (1988): Medienkulturen – Jugendkulturen. In: Radde, M./Sander, U./Vollbrecht, R. (Hrsg.): Jugendzeit – Medienzeit. Daten, Tendenzen, Analysen für eine jugendorientierte Medienerziehung. Weinheim und München: S. 15-42.
- Baacke, D. (2007): Jugend und Jugendkulturen. Darstellung und Deutung. Weinheim und München.
- Boyd, D. (2009): Friendship. In: Mizuko, I. et al.: Hanging Out, Messing Around, Geeking Out: Living and Learning with New Media. Cambridge.
- Hugger, K.-U. (2009a): Junge Migranten online. Suche nach sozialer Anerkennung und Vergewisserung sozialer Zugehörigkeit. Wiesbaden.

- Hugger, K.-U. (2009b): Digitale Jugendkulturen. Wiesbaden.
- Feierabend, S./Kutteroff, A. (2008): Medien im Alltag Jugendlicher – multimedial und multifunktional. In: Media Perspektiven, 12/2008, S. 612-624.
- Ferchhoff, W. (2007): Jugend und Jugendkulturen im 21. Jahrhundert. Lebensformen und Lebensstile. Wiesbaden.
- Kellner, Douglas (1997): Die erste Cybergeneration. In: SPoKK (Hg.): Kursbuch JugendKultur. Stile, Szenen und Identitäten vor der Jahrtausendwende. Mannheim: Bollmann, 310-316
- Klingler, W. (2008): Jugendliche und ihre Medien-nutzung 1998 bis 2008. In: Media Perspektiven, 12/2008, S. 625-634.
- Mannheim, K. (1928): Das Problem der Generationen. In: Kölner Vierteljahreshefte für Soziologie, 7/1928, S. 157-184.
- Marotzki, W. (2008): Multimediale Kommunikationsarchitekturen. Herausforderungen und Weiterentwicklungen der Forschungen im Kulturraum Internet. Verfügbar unter: www.medienpaed.com/14/marotzki0804.pdf [Stand: 01.07.2009].
- Palfrey, J./Gasser, U. (2008): Generation Internet. Die Digital Natives: Wie sie leben, was sie denken, wie sie arbeiten. München.
- Schmidt, J.-H./Paus-Hasebrink, I./Hasebrink, U. (2009) (Hrsg.): Heranwachsen mit dem Social Web. Zur Rolle von Web 2.0-Angeboten im Alltag von Jugendlichen und jungen Erwachsenen. Schriftreihe Medienforschung der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen. Bd. 62. Berlin.
- Tapscott, D. (1998): Net Kids. Die digitale Generation erobert Wirtschaft und Gesellschaft. Wiesbaden.
- Treumann, K. et al. (2002): Medienhandeln Jugendlicher. Mediennutzung und Medienkompetenz. Bielefelder Medienkompetenzmodell. Wiesbaden.
- Wagner, U./Brüggen, N./Gebel, C. (2009): Web 2.0 als Rahmen für Selbstdarstellung und Vernetzung Jugendlicher. Analyse jugendnaher Plattformen und ausgewählter Selbstdarstellungen von 14- bis 20-Jährigen. Erster Teil der Studie „Das Internet als Rezeptions- und Präsentationsplattform für Jugendliche“ im Auftrage der BLM. Verfügbar unter: www.jff.de/dateien/Bericht_Web_2.0_Selbstdarstellungen_JFF_2009.pdf [Stand: 01.07.2009].