



## Das Forschungsprojekt „Jugendkulturen als Medienkulturen im 21. Jahrhundert“

Wer kennt sie nicht, die klassischen Jugendkulturen wie bspw. die des Rock 'n' Roll, die Beatnik-Bewegung, die Hippies der 60er und 70er Jahre, die Punks der 80er Jahre oder die Techno-, House- und Hip-Hop-Szenen der 90er Jahre. Im Kern waren sie immer mode- und musikbasiert und standen als Anti- oder Subkulturen in Opposition zur Kultur der Erwachsenen. Sie waren Live-Kulturen und lebten von der physischen Anwesenheit ihrer Mitglieder und deren direkten Kommunikation untereinander. Mit HipHop und Techno haben diese traditionellen Jugendkulturen vor 15 bis 20 Jahren ihre letzten Ausdrucksformen erreicht. Wenn die Zeit der großen traditionellen Jugendkulturen vorbei ist, bedeutet das aber nicht, dass sie verschwunden sind. Im Gegenteil: Sie altern mit ihren ehemaligen „jugendlichen“ Trägerschichten und sind in Retrowellen präsent. Daraus ergibt sich ein Durch- und Nebeneinander *alter* Jugendkulturen (= Patchwork-Kulturen).

Zudem entstanden in der „Erlebnisgesellschaft“ mit ihrer Individualisierung, Innenorientierung und Multi-Optionalität in allen Lebens- und Konsumbereichen und mit dem Eintritt ins „digiloge“ Zeitalter neue Formen *medialer Jugendkulturen* oder *jugendlicher Medienkulturen*. Jugendkulturen, wenn überhaupt noch differenzierbar und systematisiert darstellbar, finden heute nicht mehr „live“ statt, sondern manifestieren sich inzwischen primär *in* und *über* neue(n) Medien. Jugendkulturen sind offenbar zu Medienkulturen geworden. An diesen Medienkulturen, die sich insbesondere in den durch die Digitalisierung stark anwachsenden virtuellen Gemeinschaften bzw. Online-Communities etablieren, kann heute altersunabhängig potentiell jeder teilhaben, solange er die entsprechenden Kommunikationscodes beherrscht. Jugendkulturen, sprich Medienkulturen finden nicht mehr nur über Faktoren wie bspw. Mode- oder Musikgeschmack, sondern über vielfältigste Themen und „Spezialinteressen“ zueinander.

Aber wie sehen sie denn nun genau aus, die neuen Medienkulturen Jugendlicher und junger Erwachsener? Welche Themen stehen im Mittelpunkt? Welche Werte und Einstellungen sind für sie prägend? Wie wirkt sich digitales Socializing auf das „Social Self“ aus? Und was bedeuten inflationär verwendete Begriffe wie „Freund“ in diesem Kontext eigentlich genau ...?

Ausgehend von gesicherten (Forschungs-)Befunden zu Jugendkultur und Mediennutzung wird erstmalig im Rahmen unseres Forschungsprojekts versucht, eine systematische, typologisierende, qualitative Erforschung jugendlicher Medienkulturen zu entwickeln. Das Projekt versteht sich als Beitrag zu einer qualitativ bestimmten medien- und kulturwissenschaftlichen Community-Forschung auf der Basis einer vollzogenen Medienkonvergenz und Medienintegration in realtägliche Lebenszusammenhänge. Es stellt die Vorstudie zu einer Gesamtanalyse von „Jugendkulturen als Medienkulturen“ dar, die in einer zweiten Stufe mit dem Bereich „Game Studies“ in einem internationalen Forscherverbund fortgeführt werden soll.

Zur Beantwortung der oben aufgeführten Fragestellungen wird das Forschungsprojekt derzeit von den Online-Communities MySpace, studiVZ und schülerVZ unterstützt. Im Rahmen dessen wurden dabei zunächst zwei Focusgruppengespräche mit HeavyUsern (besonders aktiven Mitgliedern) von MySpace im Alter von 20-29 Jahren und von schülerVZ im Alter von 14-19 Jahren von den jeweiligen Online-Communities beworben und von der BerlinMediaProfessionalSchool (BMPS) durchgeführt. Aktuell findet unter den 14-35jährigen Mitgliedern von MySpace, studiVZ und schülerVZ, erneut beworben von den jeweiligen Online-Communities, eine Onlinebefragung statt. Mit den ersten Ergebnissen dieser Befragung ist Anfang 2010 zu rechnen.