

AUS DER BERUFLICHEN GRUNDBILDUNG: MEDIENNUTZUNG

Die Generation Z: Nicht alle Jungen können über einen Kamm geschoren werden

Den Stereotyp «Generation Z» gibt es nicht! Keine Generation ist gleich wie die andere. Jede Generation wird durch ökonomische, gesellschaftliche und ökologische Ereignisse geprägt. Dennoch können junge Menschen nicht über einen Kamm geschoren und mit dem Label «Generation Z» stereotypisiert werden.

Es gibt Personen innerhalb der Generation Z, die ohne Smartphone und der ständigen Verbindung zum Internet in eine Lebenskrise stürzen und andere, die freiwillig auf die andauernde Verfügbarkeit via Smartphone verzichten und teilweise auch nicht in Social Media aktiv sind. In diesem Artikel erfahren Sie, wie sich die oft diskutierte Generation Z hinsichtlich ihres Medienkonsums von anderen Generationen unterscheidet.

Als Generation Z wird die Generation von Menschen bezeichnet, die zwischen 1997 und 2012 zur Welt gekommen sind. Sie sind heute zwischen 8 und 23 Jahre alt.

Kompetenter als die Eltern

Anders als bei der Generation der Baby Boomer (1945-1960), bekannt als «Silver Surfer», der Generation X (1961-1980), bekannt als «Digital Immigrants» und der Generation Y (1981-1996), bekannt als «Digital Natives», werden Menschen der Generation Z als sogenannte «Technoholics» bezeichnet.

Mit Technoholics wird eine Generation beschrieben, die weitestgehend von Informationstechnologien abhängig ist. Entscheidungsgrundlagen werden primär online beschafft. Bei der Generation Z handelt es sich um die erste vollständig mit dem Internet und digitalen Kommunikationsmöglichkeiten aufgewachsene Generation.

Bereits im Schulalter gehen Jugendliche deshalb oft kompetenter mit Smartphones, Computer und «Smart Devices» um, als Menschen aus vorgängigen Generationen.

Bis zu 50 Mal täglich...

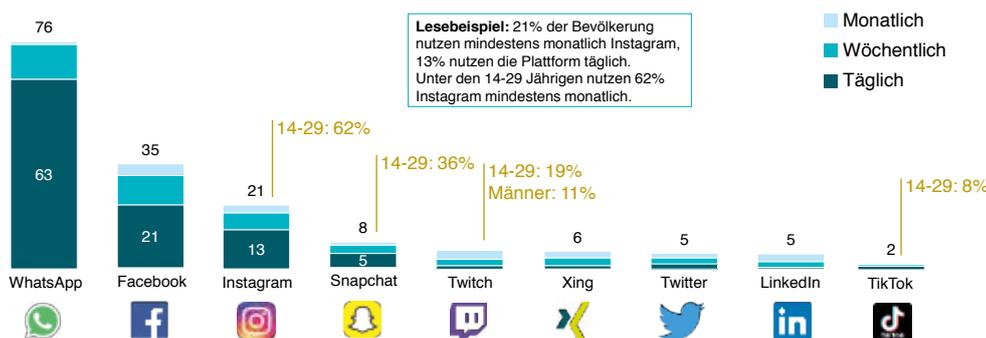
Gemäss Untersuchungen der ZHAW, welche in regelmässigen Abständen Studien zur Mediennutzung von Jugendlichen veröffentlichten, verfügen 25% der 6- bis 7-Jährigen über ein eigenes Handy oder Smartphone. Bei



Social Media Angebote

ARD ZDF ONLINESTUDIE 2019

WhatsApp ist die mit Abstand am meisten genutzte Anwendung. Instagram und Snapchat werden besonders häufig von 14- bis 29-Jährigen genutzt.



den 10- bis 11-Jährigen sind es bereits 62%. Fast alle 12- bis 13-Jährigen (97%) verfügen über ein eigenes Smartphone.

Wer ein Smartphone besitzt, nutzt dieses täglich. Nach Angaben der Untersuchung «Always On – Wie erleben Jugendliche das ständige Online-Sein» der eidgenössischen Kommission für Kinder- und Jugendfragen (EKKJ), sind Jugendliche täglich 4 Stunden via Smartphone online. Durchschnittlich nehmen Jugendliche ihr Handy 30 Mal in die Hand. 37% der Jugendlichen greifen schliesslich gar mehr als 50

WhatsApp ist laut Onlinestudie 2019 von ARD/ZDF die mit Abstand am meisten genutzte Anwendung der 14- bis 29-Jährigen. 63 Prozent nutzen WhatsApp täglich.

Mal zu ihrem Mobiltelefon – an einem einzigen Tag ...

Flüchtige Kommunikation

Die Onlinestudie 2019 von ARD und ZDF aus Deutschland zeigt, dass sich der Medienkonsum stark verändert hat. Im Internet verbringen Jugendliche täglich mehr als 6 Stunden. Die mediale Nutzungsdauer liegt jedoch nur bei 87 Minuten pro Tag. Von diesen 87 Minuten werden 42 Minuten mit «Sehen» (z.B. Video oder Bilder), 38 Minuten mit «Hören» (z.B. Musik oder Podcasts) und 28 Minuten mit

Fortsetzung Seite 20

Warum braucht der Kanton Solothurn ein Kulturleitbild?



Leitbilder bringen das Selbstverständnis und die längerfristige Strategie einer Organisation zu Papier. Ein solches Dokument darf in seiner Wirkung weder unter noch überschätzt werden. So können selbstverständlich kulturelle Vielfalt, kulturelles Schaffen oder gar Kreativität nicht verordnet werden. Die kantonale Pflege und Förderung der Kultur hat jedoch eine steuernde Wirkung – und genau dafür soll das

Kulturleitbild ein Kompass sein.

Wussten Sie, dass die Teilnahme am kulturellen Leben einer Gemeinschaft ein Menschenrecht ist, welches insbesondere auch für Kinder gilt? Lebendige kulturelle Traditionen, unser kulturelles Erbe und gegenwärtig sich neu manifestierende Ausdrucksformen prägen den Menschen und die Gesellschaft. In diesem Sinne wirkt Kultur identitätsstiftend. Sie dient der individuellen Entfaltung, lässt Gemeinschaften wachsen und stärkt den gesellschaftlichen Zusammenhalt. Investieren wir in Kultur, denn damit – und hier gleichen sich Bildung und Kultur wesentlich – gestalten wir die Gegenwart und wirken ebenso in die Zukunft.

Und weil die Gestaltung der Zukunft, beziehungsweise das Schaffen von Rahmenbedingungen, die eine gesunde Entwicklung des Gemeinwesens ermöglichen, zu seinen Kernaufgaben gehört, macht der Staat sein Selbstverständnis in einem Leitbild transparent.

Im Kanton Solothurn fehlte für

den Bereich Kultur bis heute eine solche Leitlinie. Der Regierungsrat hat deshalb das Amt für Kultur und Sport beauftragt, ein Kulturleitbild zu erarbeiten. Mit dem Auftrag der Regierung wurde ein Prozess angestoßen, der es ermöglichte, grundsätzliche Fragestellungen vertieft zu bearbeiten. Unter anderem wurde eine Standortbestimmung vorgenommen und zahlreiche Anspruchsgruppen mit vier Regionalforen und einer Kulturkonferenz zur Mitwirkung eingeladen.

Im Frühling dieses Jahres wird das Kulturleitbild der Regierung vorgelegt. Daraus abgeleitet wird ein Katalog konkreter Massnahmen zur kurz-, mittel- bis langfristigen Umsetzung der Ziele erstellt. Damit erhält das Engagement des Kantons Solothurn für die solothurnische Kultur eine transparente und nachvollziehbare Ausrichtung.

Remo Ankli,
Vorsteher Departement
für Bildung und Kultur

Fortsetzung
von Seite 19

«Lesen» (Artikel, News, Blogs, Informationen, etc.) verbracht.

Als Dozent an Schweizer Hochschulen höre ich von Studierenden immer wieder, dass sie «keinen Bock haben», lange Texte zu lesen. Viel lieber würden sie sich Videos anschauen oder kurze Texte lesen, die das Wesentliche auf den Punkt bringen. Der Medienkonsum, vor allem auf Social-Media-Kanälen, ist sehr flüchtig und die Aufmerksamkeitsspanne sehr gering. Entsprechend schwierig ist es, Inhalte zu publizieren, die wahrgenommen und gelesen werden.

Angstzustände bei Entzug

Können Sie sich vorstellen, dass der Smartphone-Entzug bei Jugendlichen zu Angstzuständen führt? Das Pew Research Center hat 2019 bei der Untersuchung «How Teens and Parents Navigate Screen Time and Device Distractions» herausgefunden, dass 42 % der Jugendlichen in den USA Angstzustände verspüren, wenn sie ihre Smartphones nicht mehr haben. 25 % der Nutzer fühlen sich ohne Handy einsam, 24 % verärgert.

Gemäss der Untersuchung vom EKKJ entwickeln Jugendliche selbst gewisse Regulierungsstrategien im Umgang mit ihren Smartphones. 77 % der befragten Jugendlichen gaben an, dass sie ihr Handy nicht nutzen, wenn sie sich auf eine wichtige Aufgabe konzentrieren. Ihnen scheint bewusst zu sein, dass sie den Smartphone-Konsum regulieren müssen. Als Erwachsene können Sie Jugendliche unterstützen, indem Sie ihnen Richtlinien im Umgang mit ihren Smartphones zur Verfügung stellen, sie schulen und sensibilisieren.

WhatsApp – die Super-App

Wussten Sie, dass Jugendliche mehr Zeit mit WhatsApp verbringen als mit Social Media? WhatsApp ist laut Onlinestudie 2019 von ARD und ZDF die mit Abstand am meisten genutzte Anwendung der 14- bis 29-Jährigen. 63 % nutzen WhatsApp täglich. Sie ist bei Kindern und Jugendlichen so was wie die Super-App. Via WhatsApp wird in Gruppen gelernt, die Freizeit geplant, nach Ratschlägen gefragt und sich über das Alltägliche

ausgetauscht. WhatsApp ist aus den Leben der Jugendlichen nicht mehr wegzudenken. Für viele ist es der Hauptkommunikationskanal. Selbstverständlich bringt diese intensive Nutzung auch negative Aspekte mit sich. Zu nennen ist diesbezüglich das Mobbing – auch Cyberbullying genannt. Es findet aber nicht nur online via Messenger, sondern auch in Schulen – beispielsweise auf Pausenhöfen oder gar im Unterricht – statt.

Fazit und Empfehlung

Trotz des spielerischen Umgangs mit digitalen Medien benötigen Kinder und Jugendliche Empfehlungen für den Umgang mit ihren digitalen Medien. Vorgesetzte, Ausbilderinnen und Ausbilder oder Lehrpersonen können Orientierung schaffen, indem sie Leitfäden und Tipps & Tricks kommunizieren, die während der Arbeit oder in der Schule Anwendung finden sollen. Seien Sie ein Vorbild und leben Sie das erwünschte Verhalten vor – «Walk the talk».

Aldo Gnocchi, M.A. HSG,
Spezialist Digital Marketing