

Net Kids



erstellt von

Vorname Zuname

Schuljahr 20../..

INHALTSVERZEICHNIS

1. NET KIDS: DIE GENERATION N REVOLUTIONIERT WIRTSCHAFT UND GESELLSCHAFT	1
1.1. DIE KINDER DES DIGITALEN ZEITALTERS	1
1.2. WAS MACHEN KINDER MIT COMPUTERN?	1
1.2.1. UNTERHALTUNG	2
1.2.2. LERNEN	2
1.2.3. KOMMUNIKATION	2
1.2.4. EINKAUFEN	3
2. DER GENERATIONENSPRUNG	4
2.1. KINDER – DIE AUTORITÄTEN VON HEUTE	4
2.2. WARUM ES KINDER LEICHTER HABEN	4
2.3. VIER GRUNDKONFLIKTE MIT DER GENERATION N	5

1. Net Kids: Die Generation N revolutioniert Wirtschaft und Gesellschaft

Hier ist sie – die Netz-Generation, die neue Generation N! das Echo auf die Babyboomer der fünfziger und Sechzigerjahre ist lauter als das Original: 80 Millionen stramme Kids – die jüngsten noch in ihren Windeln, die ältesten werden gerade 20.

Wodurch sich diese neue von allen früheren Generationen unterscheidet? Erstmals wächst hier eine Jugend inmitten digitaler Medien heran. Der Computer und das Smartphone sind allgegenwärtig, zu Hause und in der Schule ebenso wie in der Fabrik und im Büro – digitale Technik lässt sich aus unserem Leben einfach nicht mehr wegdenken, digitale Kameras, die neuesten Apps und DVDs kennt schließlich jeder. Verbunden werden diese neuen Medien über das Internet, das Netz der Netze. Die Kids bewegen sich so natürlich inmitten all der Bits und Bytes, dass für sie digitale Technik nicht furchteinflößender sein dürfte als etwas ein Video-Recorder oder Toaster für ihre Großeltern.

1.1. Die Kinder des digitalen Zeitalters



Abbildung 1: Baby mit Notebook

Eine Kommunikationsrevolution kann die in ihr aufwachsende Generation und deren Umfeld prägen, das haben wir bereits erlebt. Als die Babyboomer noch Teenager waren, eroberte gerade das Fernsehen seinen Platz als mächtigstes Informationsmedium aller Zeiten. Die Folgen für die Gesellschaft im Allgemeinen und für die damalige Jugend im Besonderen waren enorm. Vielleicht haben sie nur noch unklare Erinnerungen an die ersten Fernseh-Quizsendungen, doch wissen wir mit Sicherheit, dass beispielsweise die Bürgerrechtsbewegungen der USA im Fernsehen einen mächtigen Botschafter und eine ungeheure Mobilisierungskraft fand. Als die Babyboom-Generation auf die Straße ging, um gegen den Vietnamkrieg zu protestieren, wurde ihre Stimme vom Fernsehen aufgezeichnet und verstärkt. Und so wie das Fernsehen den politischen Prozess neu definierte, veränderte es auch unsere Marketing-, Handels-, Erziehungs-, Freizeit- und Kulturgepflogenheiten.

Den mediengewandten Kindern unserer Tage erscheinen die Möglichkeiten, die das Fernsehen bietet, altmodisch und unbeholfen. Fernsehen funktioniert nur in eine Richtung, Programmauswahl und Bestimmung der Inhalte bleiben einigen wenigen vorbehalten, das nichts sagende Endprodukt stellt häufig nur den kleinsten gemeinsamen Nenner der Zuschauerinteressen dar. Für die Generation N müsste Fernsehen zumindest interaktiv sein. Es müsste den

Befehlen des Konsumenten gehorchen. Es müsste den Dialog fördern und den Zuschauern erlauben, miteinander in Kontakt zu treten.

Und genau dieser Wandel von einseitiger Übertragung und Berieselung hin zum interaktiven Medium ist das entscheidende Kriterium für die Netz-Generation. Die Jugendlichen wollen Nutzer anstatt nur Zuschauer oder Zuhörer sein. Je mehr Zeit sie am Computer und am Smartphone und im Netz verbringen, desto weniger sehen sie fern. Die heutigen Kinder sitzen deutlich weniger vor der Glotze als ihre um fünf Jahre älteren Geschwister und sehr viel weniger als ihre Eltern im selben Alter. Und der Trend wird weiter anhalten, je mehr neue interaktive Medien in die Haushalte vordringen, benutzerfreundlicher, schneller, serviceorientierter und schließlich auch inhaltlich befriedigender werden.

Die Bezeichnung Netz-Generation oder Generation N bezieht sich auf alle Kinder und Jugendlichen, die im Jahr 1999 zwischen zwei und zweiundzwanzig Jahren alt waren, also nicht nur auf aktive Internet-Surfer. Der Großteil dieser Kinder hat heute noch keinen Zugang zum Netz, doch die meisten von ihnen kennen sich einigermaßen mit digitalen Medien aus. Jeder einzelne von ihnen hat Erfahrungen mit Handyspielen, und – das Internet eroberte die Haushalte ebenso rasch wie das Fernsehen in den Fünfzigerjahren.

In den USA benutzen fast sämtliche Kinder und Jugendlichen einen PC, und zwar entweder zu Hause oder in der Schule. Die überwiegende Mehrzahl von ihnen hat Zugang zu Videospielen. Bemerkenswerterweise entwickelt sich die gesamte Digitaltechnologie zunehmend in Richtung Vernetzung.

1.2. Was machen Kinder mit Computern?

1.2.1. Unterhaltung

Die meisten Kinder der Generation N nutzen die digitalen Medien für ihre Unterhaltung. Computerspiele, Videokassetten und –systeme ergeben zusammen einen Wirtschaftszweig mit einem Umsatz von zehn Milliarden Dollar. 5,6 Milliarden davon alleine in den USA – mehr, als Hollywoods Filmindustrie erwirtschaftet. Unsere Kinder erklären uns, dass sie Computer und das Internet hauptsächlich deshalb mögen, weil sie Spaß bringen! Meine Tochter informiert sich etwa mit Vorliebe darüber, was Leonardo DiCaprio so treibt, und mein Sohn führt seinen Freunden Videoclips aller möglichen Sendungen vor, von den Simpsons bis zur irgendeinem neueren Film.

1.2.2. Lernen

Die Generation N benutzt digitale Medien aber auch zum Lernen. Computer, die wir heute in 95 Prozent aller US-Haushalte mit Kindern finden, werden beispielsweise verwendet, um zu erfahren, wie eine Geburt bei Delfinen verläuft, oder um den klassischen Aufsatz „Meine Sommerferien“ zu verfassen. Kinder surfen gemeinsam oder allein im Netz, um sich Projekten zu widmen oder die Ergebnisse der Fußballspiele nachzulesen. Seit rund fünfzehn Jahren halten Computer auch in die Klassenzimmer Einzug. Nach und nach verändern die Lehrer ihre didaktischen Methoden, anstatt die Rechner nur zur Layoutgestaltung oder für Prüfungszwecke einzusetzen.

1.2.3. Kommunikation

Nicht zuletzt nutzt die Generation N digitale Medien zur Kommunikation. Sie betrachtet sie als wertvolles Instrument, um Kontakte zu Altersgenossen zu knüpfen. In einer Studie von Teenage Research Unlimited aus dem Jahr 2009 erklärten ganze 96 Prozent der US-Kinder, zu Hause, in der Schule oder anderswo im Internet gewesen zu sein. Immer wieder werden neue Apps programmiert und Kontakte und sozialen Netzwerken geknüpft. Junge Leute sind begierig, sich zu präsentieren, Neues zu entdecken und ihre Persönlichkeit zu entwickeln. Zunächst genießen sie es, andere Leute zu treffen und mit ihnen über praktisch alles zu reden. Irgendwann werde sie dann reifer, und die Kommunikation konzentriert sich eher auf konkrete Themen.

1.2.4. Einkaufen

Die Netz-Generation bedient sich der digitalen Medien auch zum Einkaufen. Jugendliche betrachten das Netz als Möglichkeit, Güter und Dienstleistungen zu bekommen und sich über das, was sie kaufen möchten, zu informieren. Sie schauen sich nicht nur um, sondern vergleichen Preise und machen sogar Transaktionen über das Netz. Sie prägen zudem das Kaufverhalten ihrer Eltern auf eine Weise, wie niemand sich das vor zwanzig Jahren jemals vorgestellt hätte.



Abbildung 2: Einkaufen im Internet

2. Der Generationensprung

Wenn es um Computerverständnis und den richtigen Einsatz der neuen Medien geht, bleiben viele Eltern weit hinter ihren Kindern zurück. Aus der traditionellen Generationenkluft ist ein Generationensprung geworden – die Kinder überholen und übertreffen technologisch die Erwachsenen, sie überspringen sie auf zahlreichen Gebieten des alltäglichen Lebens. Zum ersten Mal in unserer Zivilisation bringen Kinder den Erwachsenen etwas bei. Jugendliche sind viel geschickter im Umgang mit Computern. Eltern, Lehrer und andere Erwachsene bitten Kinder um Hilfe, wenn sie mit Computern und ähnlichem Technikkram nicht zurechtkommen.

2.1. Kinder – die Autoritäten von heute

Fast alle Kinder mögen die neuen Technologien. In einer Studie, die die Carnegie Mellon University im Jahr 2008 über Computer in US-Haushalten durchführte, brachten die Studienbetreiber 48 Familien mit unterschiedlichem demografischem Hintergrund in Kontakt mit Computer und Internet. In 41 dieser 48 Familien erwiesen sich die Kinder als die eifrigsten Nutzer der neuen Technologie. Die Studie kam zu folgendem Schluss: „Insbesondere Jugendliche nutzen das Internet zu Hause. Sie sind zumeist auch, die ihre Eltern motivieren, Geld für einen Computer auszugeben, ... Jugendliche werden in den Haushalten zu echten EDV-Fachleuten und katalysieren die Nutzung des Netzes durch die anderen Familienmitglieder.“

Geschichten von Kindern, die ihren ratlosen Eltern zeigen, wie man ein neues Smartphone einrichtet, kennt heute wohl jeder. Eine neuere Variante des Themas ist die Geschichte des 14-jährigen Mädchens, dessen Eltern es bitten mussten, auf dem Familiencomputer Net Nanny zu installieren, ein Programm, mit dem nicht kindgerechte Inhalte herausgefiltert werden. Offensichtlich bedachten die Eltern nicht, dass derjenige, der das System installiert, es auch umgehen oder löschen kann. Zwei Drittel einer Umfrage gaben an, sich mit Computer besser auszukennen als ihre Eltern.

Zum ersten Mal wollen heute die Eltern etwas aus einem Bereich wissen, in dem ihre Kinder Experten sind. Das bedeutet, dass sich die Tischgespräche zu Hause gewandelt haben. Auf manchen Gebieten sind die Eltern die Autoritäten, auf anderen, durchaus wichtigen Gebieten jedoch die Kinder. Diese Entwicklung hat weit reichende Folgen. Die Familienmitglieder beginnen, einander für das zu respektieren, was sie jeweils mit Autorität vertreten können. Dadurch wird die Gleichberechtigung innerhalb der Familien gefördert. Und wenn die Eltern es lernen, gut mit der neuen Situation umzugehen, können offenere, auf Konsens beruhende und besser funktionierende Familien die Folge sein.

2.2. Warum es Kinder leichter haben

Wenn bei Eltern der Eindruck entsteht, ihre Kinder fänden viel rascher einen Zugang zu den neuen Technologien, so haben sie Recht. Es ist für Kinder und Jugendliche tatsächlich einfacher. Weil die Kinder der Generation N in die Technologie hineingeboren werden, assimilieren sie diese instinktiv. Erwachsene müssen sich mühsam an alles gewöhnen – das ist ein anderer, ein viel schwierigerer Lernprozess. Durch die selbstverständliche Assimilation betrachten Kinder Technologie als Teil ihrer natürlichen Umgebung, sie saugen sie – wie alles andere – förmlich auf. Für viele Kinder ist der Umgang mit neuen Technologien etwas ebenso Natürliches wie das Atmen.

Erwachsene sind, wie wohl nicht eigens betont werden braucht, in ihrer Weltsicht bereits etabliert und festgefahren. Etwas vollständig Neues zu lernen, bedeutet für sie Schwerstarbeit, hier müssen althergebrachte Denkmuster verändert werden, damit die neue Technologie überhaupt verstanden wird. Als Beispiel kann die Erfahrung der amerikanischen Außenministerin Madeleine Albright anlässlich einer Internet-Demonstration in der Amerikanischen Bibliothek in Moskau gelten. Frau Albright hatte schwer mit den Tücken der Technik zu kämpfen, während Gymnasiasten aus 48 Ländern online mit ihr diskutieren wollten. „Ich kann zwar tippen“, erklärte sie den Reportern, „aber mit dieser Maus komme ich nicht zurecht. Ab einem gewissen Alter hapert es wohl mit der Koordination zwischen Auge und Hand.“

2.3. Vier Grundkonflikte mit der Generation N

- Die Generation der Erwachsenen fühlt sich angesichts der neuen Technologien unbehaglich, während Kinder und Jugendliche begeistert reagieren
- Die ältere Generation fühlt sich mit den neuen Medien nicht wohl – doch sie stehen im Zentrum der heutigen Jugendkultur
- Alte und neue Medien vertragen sich schlecht
- Die digitale Revolution wird nicht nur von Erwachsenen angeführt

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Baby mit Notebook	1
Abbildung 2: Einkaufen im Internet.....	3