

Die Kids aus dem Hexenkessel

Facebook ist schon von gestern, die iGeneration unterwegs zu neuen Apps und Gadgets. Was bedeutet die rasante Entwicklung der digitalen Technik für die Kommunikation zwischen den Generationen, fragt sich **Ulrich Berens**.

Kurz nach dem Erscheinen des iPad 2010 schrieb der US-amerikanische Journalist Brad Stone in der New York Times: „Meine zweijährige Tochter überraschte mich kürzlich mit den Worten: ‚Papas Buch‘. Sie hielt meinen eBook-Reader in der Hand.“

Ein Bild für den Wandel: Für ein Kind, das gerade zu sprechen beginnt, setzt der Begriff „Buch“ offensichtlich keine „physischen“ Seiten mehr voraus, die der Benutzer anfassen und umblättern muss.

„Das Weltbild meiner kleinen Tochter“, so Stone weiter, „und ihr Leben werden geprägt sein von Technologien wie dem Kindle und den neuen magischen High-Tech-Gadgets (technischen Werkzeugen und Spielereien, d. Red.) wie dem iPad. Sie wird nichts anderes kennen als eine Welt mit digitalen Büchern, Video-Gesprächen per Skype mit weit entfernten Verwandten und kleinkindfreundliche Video-Spiele auf dem iPhone. Sie wird

die Welt ganz anders als ihre Eltern betrachten.“ Er denke, so schließt Brad Stone, „dass die Generation meiner Tochter extrem anders sein wird als diejenigen, die ihr vorausgingen.“

Drei Jahre = eine Generation

Ein Gedanke, dem auch Wissenschaftler nachgehen. Sie vermuten, dass das immer schnellere Tempo des technologischen Wandels eine Reihe von Mini-Generationsproblemen erzeugen wird – weil jede Gruppe von Kindern in ihrem (Kommunikations-)Verhalten einzigartig durch die Technik-Tools geprägt wird, mit denen sie gerade aufwachsen. Schon heute machen junge Erwachsene, die gerade mal drei oder vier Jahre „auseinander sind“, manchmal völlig unterschiedliche Erfahrungen mit der Technologie. Heutige Studenten kratzen sich verwundert am Kopf darüber, was Oberstufenschüler online treiben, und schütteln den Kopf über ihre noch jüngeren Geschwister.

Entsprechend unterschiedlich sind die Erwartungen, mit denen die jüngeren Generationen ganz selbstverständlich ihrer Umwelt begegnen. Wie die Dreijährige, die sich schon so an den Umgang mit dem Multi-touch-Bildschirm des väterlichen iPhone gewöhnt hat, dass sie mit ihren Fingerchen schwungvoll quer über den Bildschirm eines Laptops fährt und, als die erwartete Reaktion ausbleibt, lakonisch feststellt: „Kaputt!“ Oder, eine Spur ernster: Da schreibt ein Vater seinem Sohn, der im Ausland studiert, fleißig E-Mails und wundert sich, dass er nie eine Antwort bekommt. Aber dem Sohn ist E-Mail viel zu langsam und altmodisch; er bevorzugt den Facebook-Messenger – und versteht nicht, dass sein Vater noch nicht einmal weiß, was genau das ist.

Solche Mini-Generationsprobleme schlagen sich auch zahlenmäßig nieder, am deutlichsten darin, welche



Kommunikations- und Entertainment-Angebote die verschiedenen Altersgruppen nutzen. Die „Net-Generation“, geboren in den 1980er Jahren, mittlerweile also jenseits der 20 oder gar schon 30, verbringt täglich etwa zwei Stunden am Telefon und nutzt daneben noch fleißig E-Mail. Die „iGeneration“ der 1990er ff. Jahre, also gewissermaßen die jüngeren Geschwister, verbringt deutlich mehr Zeit mit dem Versenden von WhatsApp-Mitteilungen als mit Gesprächen per Handy; sie schenkt dem Fernsehen weniger Aufmerksamkeit als die ältere Gruppe und neigt dazu, mehr innerhalb von Instant-Messenger-Netzwerken zu kommunizieren. Diese jüngeren Sofortnachrichten-Texter erwarten, im Gegensatz zur Net-Generation davor, in der Regel auch eine sofortige Reaktion von jedem, mit dem sie kommunizieren. Wer nicht so fix reagiert, ist schnell draußen. Im „Ständig-On“-Sein wird Miteinander-Handeln im Hier und Jetzt trainiert. Wen interessiert, was meine friends gestern gemacht haben? Zur Debatte steht nur: „Womit beschäftigen wir uns jetzt?“

Einen Boom erleben auch virtuelle Welten und Online-Spiele; Teenager beschäftigen sich damit deutlich häufiger als die nur wenig älteren Twens (78 zu 50 Prozent). Sie sehen dabei kaum einen Unterschied zwischen ihren Online-Freund/innen und echten Freund/innen; virtuelle Geselligkeit empfinden sie als genauso erfüllend wie eine Freitag-Abend-Party. Und statt sich auf dem Sofa vor dem Fernseher zurückzulehnen und sich von außen vorsetzen zu lassen, was sie konsumieren sollen, wählen sie lieber aus und gestalten ihre eigene Unterhaltung aktiv, indem sie aufs Touchpad drücken.

Jedes Detail des Lebens online

Während also die Rentner-Generation, die „Silver Surfer“, sich gerade in einer Mischung von Vorsicht und Faszination daran macht, das Internet zu entdecken und dabei von der Net-Generation mühsam deren Technik lernt, ist die iGeneration längst von Facebook zu ganz neuen Apps und schnelleren sozialen Gadgets aufgebrochen, checkt WhatsApp mit dem Mini-Computer am Handgelenk und dokumentiert ihre Wege durch den „urban jungle“ mit der Aktion-Cam – online und in Echtzeit. Wer so offensiv online agiert, braucht auch „entspanntere“ Vorstellungen von eigener Privatsphäre. Dass ein Handy oder ein anderes Gerät immer den eigenen Standort kennt und dessen geographische Koordinaten in die Welt hinausposaunt, wenn auch nur an Freunde, hinterlässt bei älteren Altersgruppen vielleicht ein gewisses Gruseln; für die jüngste Gruppe der Internet-Nutzerinnen und Handy-Besitzer werden diese geo-intelligenten Werkzeuge vollständig zur zweiten Natur, und sie erwarten sogar, dass alle Soft- und Hardware irgendwie auf diese Weise funktioniert.



Vermutlich werden die Kids dieser iGeneration nie wirklich offline sein.

Ob die Unterschiede zwischen altersmäßig benachbarten Gruppen mit der Zeit einfach verschwinden, wenn auch die älteren Gruppen die neuen Technologie-Werkzeuge annehmen, oder ob sich die Gräben zwischen verschiedenen Generationen sogar noch vertiefen, muss sich erst noch zeigen. Einige Gemeinsamkeiten werden die Kinder, Jugendlichen und jungen Erwachsenen, die diesen Hexenkessel des technologischen Wandels durchlaufen, jedoch haben: Sie werden nichts dabei finden, die Details ihres Lebens online zu teilen, mit ihren Freunden jederzeit in Verbindung zu stehen, virtuelle Sachen zu kaufen und ein Über-Gerät zu besitzen, das das alles für sie erledigt.

Den jungen Frauen und Männer der Net-Generation erschienen ihre Eltern vermutlich manchmal „von gestern“. Und den Eltern von heute erscheinen die Kids der iGeneration – von einem anderen Stern?

Ulrich Berens