merz | medien + erziehung | Arnulfstraße 205 | 80634 München
| fon 089.68989120 | merz@jff.de | www.merz-zeitschrift.de
| ISSN 0176-9418

merz
ZEITSCHRIFT FÜR MEDIENPÄDAGOGIK

Bernd Schorb: Jugend Konsum Kultur

Beitrag aus Heft »2016/04: Internet der Dinge«

Medien nehmen in unserer heutigen Lebenswelt nicht mehr nur einen Raum ein, sie prägen das gesamte Leben und gestalten mit, wie sich Leben und Welt entwickeln. Gab es in der Vergangenheit noch eine klare Trennung etwa zwischen der Welt der Kultur und der des Konsums, verschwimmen die Grenzen in digitalen Medienangeboten mehr und mehr. Nicht nur, dass Kultur technisch reproduzierbar und damit jedem verfügbar gemacht ist, auch wird Kultur zum Konsumobjekt und Konsum zum kulturellen Akt, in einem teils undurchschaubaren Konglomerat von Nutzenden- und Anbietenden-Interessen.

Literatur

Baumann Zygmunt (2011). Konsum macht einsam. Wie Menschen Liebe und Freundschaft durch Einkaufen zu ersetzen versuchen. In: Süddeutsche Zeitung, 29./30. Januar 2011, Nr. 23, S. 31.

Benjamin, Walter (1980). Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit. In: Gesammelte Schriften. Band I, Teil 2, Frankfurt am Main: Suhrkamp, S. 471–508.

Brüggen, Niels/Dirr, Eva/Schemmerling, Mareike/Wagner, Ulrike (2014). Jugendliche und Online-Werbung im Social Web. Herausgegeben von Bayerisches Staatsministerium für Umwelt und Verbraucherschutz. www.jff.de/jff/aktivitaeten/ forschung/artikel/art/ergebniszusammenfassung-der-studiejugendliche- und-online-werbung [Zugriff: 08.06.2016]

Chazan, Guy (2016). Bertelsmann on hunt for big acquisitions. Financial Times 21. 3. 2016.

Hartung, Anja (2015). Vom Wert der Freundschaft. Soziale Sinnwelten der Anerkennung unter den Bedingungen (neuer) medialer Interaktionssphären. In: merz | medien + erziehung, 59 (3), S. 25–30.

Heinzlmaier, Bernhard (2014). Jugendkommunikation in der Ära des Post-Diskursiven. Über den Mangel an Reflexivität in Politik und Alltag. www.jugendkultur.at/wp-content/ uploads/Dossier_Jugendkommunikation_Heinzlmaier_2014. pdf [Zugriff: 08.06.2016]

Horkheimer, Max/Adorno, Theodor (1973). Dialektik der Aufklärung. Frankfurt am Main: Fischer.

Krotz, Friedrich (2014). Die Institutionalisierung des Internet und warum wir uns dagegen wehren sollten. In: merz | medien + erziehung, 58 (1), S. 12–19.

Lange, Andreas/Xyländer, Margret (2007). Jugend. In: Willems, Herbert (Hrsg.), Lehr(er)buch Soziologie. Für die pädagogischen und soziologischen Studiengänge. Band 2. Wiesbaden: VS Verlag, S. 593–609.

Schorb, Bernd/Jünger, Nadine/Rakebrand, Thomas (2013) (Hrsg.). Die Aneignung konvergenter Medienwelten

kopaed verlagsgmbh | Arnulfstraße 205 | 80634 München
kopaed verlagsgmbh | fon 089.688 900 98 | info@kopaed.de | www.kopaed.de

durch Jugendliche. Das Medienkonvergenz Monitoring. Schriftenreihe der Sächsischen Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (SLM), Band 24, Berlin.

Thole, Werner (2002). Jugend, Freizeit, Medien und Kultur. In: Krüger, Heinz-Hermann/Grunert, Cathleen (Hrsg.). HandbuchbKindheits- und Jugendforschung. Opladen: Leske + Budrich.

Wagner, Ulrike (2011). Medienhandeln, Medienkonvergenz und Sozialisation. Empirie und gesellschaftswissenschaftliche Perspektiven. München: kopaed.