

Die neuen Augen der Millennials

The New Eyes of Millennials

Zum ersten Mal spürt heute eine Generation junger Erwachsener, dass sie selbst anderen mitteilen kann, was sie denkt, was sie tut, was sie fühlt – letztlich, wie sie die Welt gestalten will. Es ist eine Generation, die sich selbst Gehör verschaffen kann – eine Generation „at the digital edge“.

Diese Generation hat verschiedene Namen: The Millennials, Generation Y, aber auch Echo Boom – eine Generation der frühen 1980er, die jetzt, 2006, in der Mitte der Zwanziger ist und somit beginnt, mehr und mehr Verantwortung in vielen Bereichen zu übernehmen. Diese Generation ist mit den digitalen Medien erwachsen geworden. Die Millennials werden in diesem Jahrzehnt die Medien mehr und mehr nach ihren Vorstellungen formen und damit auch die Digitalisierung des Alltags in das Leben umsetzen.

Karell Roxas, 24 Jahre, Website-Editor bei gurl.com (<http://www.gurl.com>), hat für die New York Times ihren Medientag aufgeschlüsselt, in dem sich Radio, TV, Magazine, Zeitungen in Print und online, Handy, Sprache und Text, Musik, Podcast, Computer den ganzen Tag abwechseln und kontinuierlich ineinandergreifen. Das Entscheidende dabei ist: immer online. Nicht online sein, bedeutet, nicht existent sein, bedeutet letztlich, wie Karell Roxas sagt: Ich bin vergessen.

Joichi Ito, Venture-Kapitalist, Internetpionier und langjähriges Mitglied der Jury des Prix Ars Electronica, sieht in den Blogs eine „natürliche Weiterentwicklung des Netzes“. Eines ist unbestritten: In Krisensituationen sind die Blogs die Waffe der Menge, einer „Armee von Davids“ (Glenn Reynolds). Aus Davids können aber Goliaths werden, wie etwa im Fall des renommierten CBS-Anchorman Dan Rather, der nach einer parteiischen Darstellung der Rolle von Präsident Bush beim Militärdienst abgesetzt wurde.

For the first time a generation of young adults knows it can communicate to others what it thinks, what it does, what it feels—and, ultimately, how it wants to shape the world. It is a generation that can make itself heard—a generation “at the digital edge”.

This generation has a number of names: Millennials, Generation Y, but also Echo Boomers—a generation born in the early 1980s and which is now, in 2006, in its mid-twenties and so beginning to take on greater responsibility in many areas. This generation has grown up with digital media. And over the next decade, these Millennials will increasingly fashion the media to fit their ideas and so achieve the digitization of day-to-day life.

For the New York Times, Karell Roxas, the twenty-four-year-old website editor of gurl.com (<http://www.gurl.com>), broke down her daily media regimen in which radio, TV, magazines, newspapers, in print and online, cell phone, text messaging, music, podcast and computer alternate and mix all day long. The decisive factor here is to be connected at all times. Being unplugged means to risk being swept aside, and this ultimately means, as Karell Roxas says, being forgotten.

For Joichi Ito, a venture capitalist, Internet pioneer and long-standing member of the Prix Ars Electronica jury, blogs are a “natural development of the Net”. Yet one thing is indisputable: in crisis situations, blogs are a weapon of the masses, of an “Army of Davids” (Glenn Reynolds). But Davids can turn into Goliaths, as was the case with renowned CBS anchorman Dan Rather who was dismissed after an allegedly biased report on the role of President Bush during his military service.



Ars Electronica 2006 – Opening Event: *Harbor Resonance*

The Financial Times vom 18. Februar 2006 spricht von der „kollektiven Intelligenz des Medienpublikums“. Wie immer die Entwicklung dieser neuen Medienmacht verläuft, eines ist gewiss: Das Netz mit seinen Möglichkeiten wird sich als Medium der Masse verankern, als mächtiges Untergrund-Medium in kollektiven Gesellschaftssystemen, aber ebenso als starke Waffe in allen demokratischen Systemen, um in entscheidenden Situationen „die Macht der Vielen“ einzusetzen.

Das Leben der jüngeren Millennials in zwei Realitäten hat auch bereits ein neues Massenmedium hervorgebracht: MySpace (<http://myspace.com>). Die Community von My-Space zählt inzwischen an die 70 Millionen (!) Accounts. Mit dieser Zahl steht MySpace neben Yahoo und Google.

Für alle Mitglieder der weltweiten Ars-Electronica-Community gilt, ebenso wie für alle Millennials, ein Satz des französischen Schriftstellers Marcel Proust: „Die wahre Entdeckungsreise besteht nicht darin, neue Landschaften zu suchen, sondern sie mit neuen Augen zu sehen.“

The Financial Times from February 18, 2006 talks of the “collective intelligence of the media’s audience”. And no matter how this new power of the media develops, one thing is certain: the Net with all its possibilities will establish itself as the medium of the masses, as a mighty underground medium within collective societal systems, but also as a strong weapon in all democratic systems, enabling “the power of people” to be tapped in decisive situations.

The lives of younger Millennials in two realities have already produced a new mass medium: MySpace (<http://myspace.com>). The MySpace community now has 70 million (!) accounts. With this number, MySpace ranks among Yahoo and Google.

For the members of the international Ars Electronica community, as well for all Millennials, a sentence by the French writer Marcel Proust fits well: “The real voyage of discovery consists not in seeking new landscapes but in having new eyes.”