

## Presseaussendung

### Institut für Jugendkulturforschung veröffentlicht Studie „Generation Selfie“

In der ersten Hälfte der 2010er Jahre definieren Online Social Media junge Populärkultur und spielen in der Jugendkultur eine ähnlich zentrale Rolle wie einst die Popmusik. Jugendliche und junge Erwachsene agieren im Web 2.0 als Lifestyle-ReporterInnen in eigener Sache. Erstaunlich viele präsentieren sich dabei als begnadete SelbstdarstellerInnen.

**Wie die aktuelle Repräsentativ-Studie des Instituts für Jugendkulturforschung „Generation Selfie“ zeigt, machen 57% der 14- bis 29-Jährigen mit der Handykamera Fotos von sich und laden sie dann auf Web 2.0-Plattformen ins Netz.** Besonders selfie-affin sind Jüngere, weibliche Jugendliche sowie Jugendliche aus performativen Jugendkulturen wie HipHop.

Die Art und Weise, wie sich Jugendliche in den Selbstporträts, mit denen sie sich ins virtuelle Schaufenster stellen, zeigen, orientiert sich am Gefälligen und an den ästhetischen Standards, die die Medien- und Werbelandschaften prägen. „In gewisser Weise ist die Generation Selfie eine Generation von Normopathen, die sich lieber am Geschmack der Masse orientiert, als eigenwillig mit Individualität zu experimentieren und im Körperbild ganz bewusst auf Brüche mit der Norm zu setzen“, so kommentiert Studienleiterin Dr. Beate Großegger.

„Selfies sind mittlerweile aber nicht mehr nur ein jugendkulturelles Phänomen, sondern taugen auch als populärer Marketing-Gag. Das zeigt sich etwa am Beispiel von Ellen deGeneres, die bei der Oscarverleihung mit einem promigespickten Selfie einen neuen Rekord auf Twitter aufstellte“, ergänzt Co-Studienleiterin Martina Schorn.

Die bei jungen ÖsterreicherInnen 2014 populärsten Web 2.0-Plattformen sind neben YouTube übrigens nach wie vor Facebook und WhatsApp: **85% der 14- bis 29-jährigen ÖsterreicherInnen nutzen Facebook, 69% WhatsApp, 63% beides.**

#### Studiensteckbrief

|                           |   |
|---------------------------|---|
| <b>Stichprobe:</b>        | Quotenstichprobe, n=600: quotiert nach Alter, Geschlecht, Erwerbstätigkeit  |
| <b>Breaks:</b>            | 14 bis 29 Jahre gesamt, weiblich/männlich, „Selfie“/„Non-Selfie“  |
| <b>Themen:</b>            | Musikpräferenzen – Freizeitinteressen – beliebte Sportarten – Sportausübung – Web 2.0-Nutzung – Selfies – jugendkulturelle Szenen |
| <b>Art der Befragung:</b> | Online  |
| <b>Studienleitung:</b>    | Dr. Beate Großegger/Martina Schorn BA BA  |

Der Datenband der Studie „Generation Selfie“ ist zum Preis von Euro 390.- (exkl. USt.) direkt über das Institut für Jugendkulturforschung erhältlich – mehr Infos unter: [jugendkultur.at/generation-selfie/](http://jugendkultur.at/generation-selfie/)

**Rückfragenachweis:**

Institut für Jugendkulturforschung  
Alserbachstr. 18, 1090 Wien  
[jugendforschung@jugendkultur.at](mailto:jugendforschung@jugendkultur.at)

Tel. 01/532 67 95