

---

# Inhaltsverzeichnis

|          |                                                                                                    |           |
|----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>1</b> | <b>Inhaltliche Zusammenfassung und Thesen zum Untersuchungsgegenstand: „Aufwachsen und Konsum“</b> | <b>1</b>  |
| <b>2</b> | <b>Einführung: Anlässe, das Thema „junge Konsumenten“ zu thematisieren</b>                         | <b>7</b>  |
| <b>3</b> | <b>Befunde zu Jugendlichen und jungen Erwachsenen</b>                                              | <b>11</b> |
| <b>4</b> | <b>Junge Verbraucher</b>                                                                           | <b>15</b> |
| 4.1      | Was Jugend ausmacht                                                                                | 15        |
| 4.2      | Verschiebungen und Revisionen des Jugendalltags                                                    | 16        |
| <b>5</b> | <b>Aufwachsen und Aneignung von Alltag</b>                                                         | <b>25</b> |
| 5.1      | Gesellschaftlich vorgegebene Veränderungen:<br>soziologisch verortet                               | 25        |
| 5.2      | Digitalisierung übersetzt sich in Kommerzialisierung                                               | 26        |
| 5.3      | Generationstypische Umgangsweisen                                                                  | 28        |
| 5.4      | Jugend und Markt                                                                                   | 31        |
| 5.4.1    | Medien und Konsum ab den 1960ern                                                                   | 32        |
| 5.4.2    | Gesellschaftliche Inklusion durch Konsum und digitale<br>Kommunikationstechnik                     | 34        |
| 5.4.3    | Digital, autonom und clever konsumieren                                                            | 35        |
| 5.4.4    | Im Netz clever konsumieren                                                                         | 35        |
| 5.4.5    | Mögliche Revisionen im Konsumverhalten                                                             | 38        |
| <b>6</b> | <b>Konsum und Hilfen im Dienste der Konsumentensouveränität</b>                                    | <b>41</b> |
|          | <b>Literatur</b>                                                                                   | <b>47</b> |

Jugend – Konsum – Digitalisierung

Über das Aufwachsen in digitalen Konsumwelten

Tully, C.

2018, VII, 50 S. 3 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-19219-8