

Neue Jugend

Auf die Frage, was Jugendlichen in zehn Jahren wichtig sein wird, antwortet eine 23-Jährige: *„Und ich weiß nicht, was dann grad' wieder musikechnisch in sein wird oder klamottentech-nisch, aber auf alle Fälle sollten sie sich irgendwo selbst treu bleiben.“*⁴⁰ Und ein gleichaltri-ger junger Mann meint: *„Also ich möchte denen jetzt natürlich nichts aufzwingen, wie das viel-leicht andere Generationen vor mir gemacht haben. ... Also ich denke, dass denen wahr-scheinlich ähnliche Sachen durch den Kopf gehen wie mir. Und dass sie den eigenen Interes-sen nachgehen.“*⁴¹

Vier große „Jugend-Trends“ lassen sich aus Sicht der Jugendforscherin Beate Großegger aus-machen. Auffällig dabei ist, dass die Trends untereinander widersprüchlich erscheinen, aber im gelebten Alltag anscheinend integrierbar sind.

1. Jugendkultur ist Freizeitkultur

Die Freizeitkultur der Jugendlichen bildet den Gegenpol zu Schule und Berufsalltag und spielt sich in verschiedensten „Szenen“ (z.B. Musikszene, Sportszene, New Media, Subkulturen) ab. Auffällig ist dabei, dass sie primär „ideologiefrei“ ist, viel wichtiger ist den Jugendlichen die Orientierung am jeweils aktuellen Lifestyle.

2. Gesellschaft der Gleichaltrigen

Die Gesellschaft der Gleichaltrigen ist eine wichtige Alternative zum Generationenkonflikt. Bei Freunden finden Jugendliche Vertrauen und Verlässlichkeit – Eigenschaften, die sie in der Erwachsenenwelt vermissen. Freundschaft wird von Jugendlichen daher auch als sehr wichti-ger Wert eingestuft.

3. Generation Networking

Jugendliche vernetzen sich mithilfe neuer Kommunikationstechnologien entlang von gemein-samen Interessenslagen und quer zu geografischen Grenzen. Die heutigen Jugendlichen sind die erste „mediensozialisierte Generation“ und in ihrer Realität spielen Medien eine wichtige Rolle.⁴² Internet und globalisierte Jugendkultur sind für sie die Proberäume der Netzgesell-schaft.

4. Die Sampling-Gesellschaft

Jugendliche suchen sich ihre Werte und Selbst-Stilisierungen baukastenartig zusammen und sampeln/kombinieren auf den ersten Blick teilweise Widersprüchliches (z.B. wird viel Wert auf Körperbewusstsein gelegt und andererseits bei Rave Partys Ecstasy konsumiert oder das Lei-stungsdenken ist stark ausgeprägt, andererseits strebt man nach Lockerheit und geringstem Widerstand). Jugendliche leben heute Patchwork-Lebensstile, die sich nicht mehr an einem Motiv orientieren, sondern eine Reihe von Elementen aus verschiedenen Lebensstilen umfas-sen.⁴³ So können sie besser experimentieren und gestalten, kulturell/stilistisch innovativ sein und sich von der Elterngeneration abgrenzen. Außerdem hat sich im Zuge der allgemeinen Ver-

⁴⁰ Großegger, Beate: Jugend-Trends 2002 - 2012, Handouts, Institut für Jugendkulturforschung und Kulturvermittlung Wien, Herbst 2002.

⁴¹ ebenda

⁴² Fischer, S. 80.

⁴³ Fischer, S. 87.

schiebungen der Lebensabschnitte zwischen die Phase der Jugend und der Familiengründung eine neue Phase, die Post-Aduleszenz, geschoben, die den Zeitraum vom 18. bis zum 30. Lebensjahr umfasst. In diesen neuen Abschnitt fallen Ausbildung, Jobexperimente, Versuche der Selbstfindung, Reisen und serielle Monogamie. Der Einstieg ins Erwerbsleben und die Familiengründung erfolgt heute später.⁴⁴

⁴⁴ Horx, Die großen Trends, S. 20.

Grafiken

POLITISCHES INTERESSE BEI JUGENDLICHEN (1980 - 2000)

in Prozent interessieren sich für Politik	1980	1986	1992	1996	1999	2000
• sehr stark	5	5	5	7	3	6
• eher stark	18	18	19	28	15	19
(sehr/eher stark)	23	23	24	35	18	25
• eher wenig	39	34	42	37	33	29
(sehr wenig/nicht)	38	43	33	29	49	45
• sehr wenig	20	43	17	14	22	17
• überhaupt nicht	18		16	15	27	28

Tabelle 3

Quelle: FESSEL-GfK: Jugendstudien (1980, 1986, 1992, 1996, 2000)

aus: Fessel-GfK: Jugend und Politik 1980 – 2000, S. 4. URL: <http://www.gfk.at/> am 13.11.2002.

Literaturverzeichnis

Fischer, Michael: Trend-Landschaften. Blicke in unsere Gesellschaft, in: Michael Fischer, Robert Kriechbaumer, Michaela Strasser: Trend-Landschaften. Blicke in unsere Gesellschaft, o.O. 1997, S. 9-127.

Großegger, Beate: Jugend-Trends 2002 - 2012, Handouts, Institut für Jungendkulturforschung und Kulturvermittlung Wien, Herbst 2002.

Horx, Matthias: Die großen Trends des sozialen Wandels und die Lebensstil-Zielgruppen von morgen, in: Christiane Friedemann, Andreas Giger und Matthias Horx: Future Living – Lebensstile und Zielgruppen im Wandel, o.O. 2002, S. 12-38.

Horx, Matthias, Thomas Huber, Corinna Mühlhausen, Joseph Scheppach und Oona Horx-Stratner: 100 Top Trends. Die wichtigsten „Driving Forces“ des kommenden Wandels, o.O. 2001.