

Jugend unter Druck

Das Leben der Jugend in der Leistungsgesellschaft und die Krise der Partizipation im Zeitalter des posttraditionellen Materialismus

Bernhard Heinzlmaier

September 2007

Der Leistungsbegriff ist heute in unserer Gesellschaft durchgehend positiv besetzt. Gab es noch bis in die 80er Jahren des vorigen Jahrhunderts eine durchaus ernst zu nehmende politisch oder auch religiös motivierte Opposition, die das Idealbild des Menschen als eine primär durch materielle Konsumanreize motivierte Leistungsmaschine in Frage stellte, so sind die Kritiker der Leistungsgesellschaft heute großteils verstummt. Es scheint, als wäre es ein Bestandteil der „Political Correctness“, eines nahezu doktrinär verordneten Common Sense geworden, das Leistungsprinzip zu verteidigen, auch wenn uns die Schäden, die es anrichtet – Stichworte hierfür sind Depression und Stresserkrankungen schon bei Kindern, sich ausbreitende psychosomatische Erkrankungen, neue Formen des Alkoholmissbrauchs bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen, zunehmender Medikamentenmissbrauch, Zerbrechen von Partnerschaften und Familien etc. –, immer augenfälliger werden müssten. Leistung, deren Gegenwert ausschließlich in materiellen Gütern, in unserem Fall Konsumgütern, und den damit verbundenen Statusgewinnen besteht, ist heute allgemein anerkannt. Gleichzeitig treten Diskussionen oder Diskurse über Werte- und Sinnfragen in den Hintergrund. Einzig und alleine Anreize der materiellen Bedürfnisbefriedigung scheinen den Menschen anzutreiben. So lange er lebt, geht er voran: von einem kommerziell vermittelten (Konsum-)Erlebnis zum nächsten.

Konsum, Erlebnis, Lifestyle – längst bestimmt dieses Prinzip auch die Politik. Politik ist heute nicht mehr gesellschaftliches Handeln, das darauf gerichtet ist, gesellschaftliche Konflikte durch Werte zu regeln (Gerhard Lembruch). Im Gegenteil, den Politikern scheint es in erster Linie darum zu gehen, durch die Anhäufung von symbolischem Lebensstilkapital und mediale Selbstinszenierung für das Wahlvolk attraktiv und damit an der Macht zu bleiben. Das Primat der Politik liegt heute nicht mehr im parlamentarischen Verfahren sondern in Auftritten bei Prominenten-Golftunieren, TV-Shows, Weindegustationen, Ballveranstaltungen etc. Man gewinnt den Eindruck, dass heute nicht der beste Politiker Regierungschef wird, sondern der beste Radfahrer, Weinkenner, Balleintänzer oder Volksläufer. Politik vermittelt damit keine Werte mehr oder wenn dann die falschen, die da sind: Setz dich im täglichen Konkurrenzkampf der Leistungsgesellschaft mit allen Mitteln durch, verausgabe das Geld, das du dir damit erwirbst im täglichen Erlebnis und Inszenierungskonsum und vermeide es tunlichst,

über Werte- und Sinnfragen nachzudenken, denn du könntest davon melancholisch werden. Politik ist zur überhöhten symbolischen Inszenierung eines von Werten befreiten Materialismus geworden, in dem es ausschließlich und offensichtlich um den machtbereichenden Egotrip von Einzelpersonen geht.

Für den Lustgewinn im Konsum bezahlt der Mensch mit immer größer werdendem Leistungsdruck und zunehmender Unsicherheit, was seinen beruflichen und sozialen Status betrifft. Denn der gestresste Erfolgsmensch kann schon morgen ohne Job und Kohle auf der Straße sitzen, wenn seine Leistung plötzlich doch nicht mehr ausreichend ist. Eine private Krise, ein gesundheitliches Problem und schon ist der postmoderne Erfolgsmensch ein Klient der staatlichen Sozialfürsorge, einer Fürsorge, die aufgrund von immer knapper werdenden Budgetmitteln immer weniger umfassend und verlässlich geworden ist.

Die Frage nach einem Sinn des Lebens, einem Sinn, der über das unmittelbare Leisten und Genießen hinausgeht, stellen sich die postmodernen Pragmatiker des Lebens ungern, genauso wie sie sich aus Diskussionen über Werte und Grundeinstellungen des gesellschaftlichen Lebens gerne heraushalten. Ein gleichgültiger Relativismus, der sich als Liberalismus tarnt, hat alle gesellschaftspolitischen Diskussionen und Gespräche erfasst. Gerade hier scheinen sich die Menschen die Politiker, die sie sonst so wenig schätzen, zum Vorbild zu nehmen, indem sie sich wie diese überall dort, wo es zu Konflikten über Werte-, Sinn- oder politische Fragen kommen könnte, wo man gezwungen sein könnte, weltanschaulich Farbe zu bekennen, brillant und wortgewandt herausreden oder schweigen.

Unter solchen gesellschaftlichen Bedingungen wachsen nun seit den 1980er Jahren Jugendliche auf. Was sie dabei lernen, ist mehrerlei:

Erstens: Nütze deine Jugend, um dich für den Konkurrenzkampf in der Leistungsgesellschaft „hochzurüsten“.

Zweitens: Es geht dir umso besser im Leben, je mehr materielle Güter du konsumieren und je mehr intensive Erlebnisse du dadurch haben kannst.

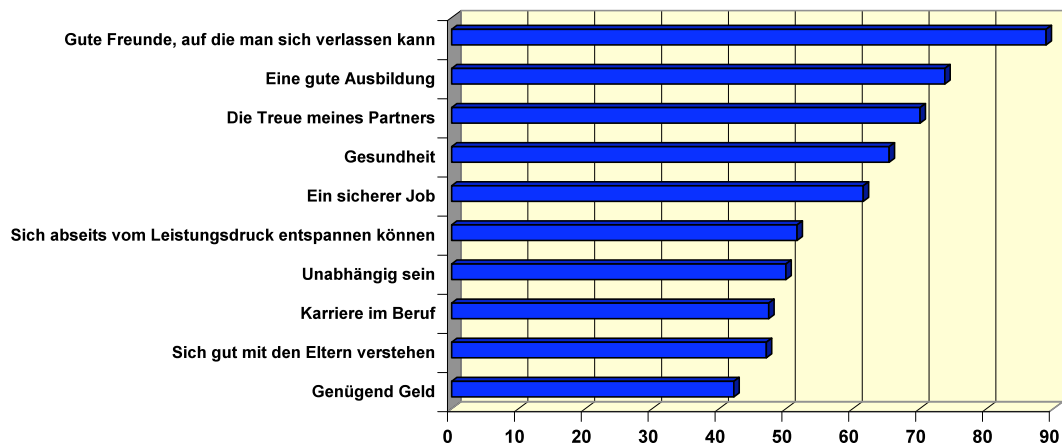
Und drittens: Werte sind eine persönliche Angelegenheit, jeder hat seine eigenen, jeder hat andere.

Fragt man Jugendliche nach den Dingen, die ihnen im Leben wichtig sind, so widerspiegelt das Ergebnis genau die oben angesprochenen inhaltlichen Leitlinien der Sozialisation.

Grafik 1: Werte der Jugend: Was Jugendlichen und jungen Erwachsenen wichtig ist

Werte der Jugend

Welche der folgende Dinge sind für Dich "sehr wichtig"?
Angaben in Prozent (vierstufige Skala; 1-sehr wichtig, 4- unwichtig)

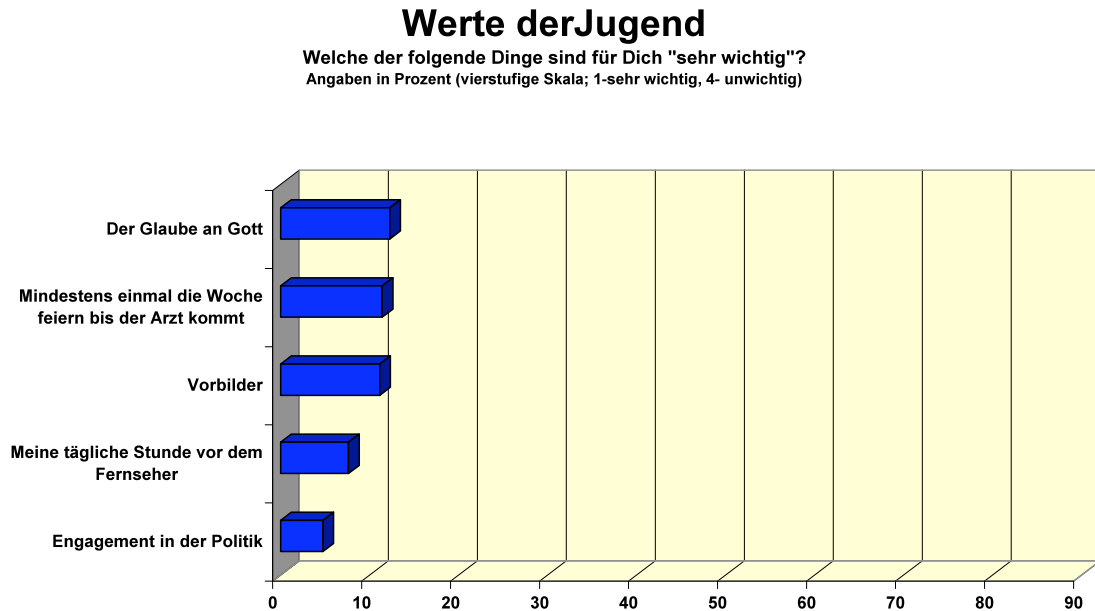


Quelle: TIMESCOUT Welle 12 (2007): rep. für 11- bis 39-jährige Trendsetter und Early Adopters, n=1200; Sonderauswertung 11-29 Jahre

Unter den „Top 10“ der wichtigen Dinge im Leben der Jugendlichen stehen drei Aussagen zum Thema Ausbildung und Karriere. Nach den Freunden – neben Herkunftsfamilie und Partner die wichtigste Sicherheit und Verbindlichkeit bietende Institution im informellen gesellschaftlichen Bereich – steht bereits die gute Ausbildung mit 70 Prozent Zustimmung an zweiter Stelle des Gesamtrankings. Mit 60 Prozent Zustimmung findet sich der sichere Job auf Platz 5 und die Karriere mit fast 50 Prozent auf Platz 7.

Alle zusammen genommen stehen für den Komplex „Hochrüstung für den Konkurrenzkampf des Arbeitslebens“. Für 40 Prozent der Befragten ist es wichtig, genügend Geld zu haben. Dieses Item steht für das Thema „sein Glück durch Erleben im Konsum finden“. Und last but not least das Item „unabhängig sein“. Es steht im weitesten Sinn für die Relativität der Werte, für das Bedürfnis, sich nicht festlegen lassen zu wollen, möglichst nicht verantwortlich für eine Idee, eine Weltanschauung oder ein Lebenskonzept eintreten zu müssen.

Grafik 2: Werte der Jugend: Was Jugendlichen und jungen Erwachsenen nicht wichtig ist



Quelle: TIMESCOOUT Welle 12 (2007): rep. für 11- bis 39-jährige Trendsetter und Early Adopters, n=1200; Sonderauswertung 11-29 Jahre

Die Dinge, denen von den Jugendlichen wenig Wichtigkeit beigemessen wird, untermauern die oben beschriebenen Grundtendenzen. Engagement in der Politik kommt nicht in Frage, weil ihr Ansehen stark diskreditiert ist, sie damit wenig Statuswert besitzt und weil sie, obwohl ihre eigene Praxis dem widerspricht, noch immer mit dem öffentlichen Eintreten für eine Idee, eine Weltanschauung verbunden wird. Dem Engagement in der Politik oder anderen Einrichtungen des gesellschaftlichen Lebens steht das starke Bedürfnis nach ideologischer Bindungslosigkeit, nach demonstrativer Indifferenz, nach öffentlicher Neutralität, der sogenannte Pragmatismus entgegen. Vorbilder werden zurückgewiesen, da sie dazu zwingen könnten, über die eigene Position in der Welt, über den eigenen Lebensentwurf vergleichend zu reflektieren. Eine solche Reflexion kommt aber für einen Menschentypus, dem man beigebracht hat, die Sinnfragen zu scheuen wie der Teufel das Weihwasser, der einem pragmatischen Materialismus ohne dem Überbau einer Weltanschauung huldigt, nicht in Frage. Für lediglich knapp über 10 Prozent der Befragten ist der Glaube an Gott „sehr wichtig“. Der fehlende Gottglaube ist kein Spezifikum der Jugendgeneration. Er geht schon auf deren Eltern zurück, die ihn an ihre Kinder weitergegeben haben. In einer diesseitsbezogenen individualistischen Leistungs- und Konsumkultur, in der der Mensch sich durch seine Leistung und seine Freizeitinszenierungen quasi täglich selbst erfindet und in der Naturwissenschaften den Anschein erwecken, als wäre es nur mehr eine Frage der Zeit, bis sie der Welt das

letzte Geheimnis entrissen haben, kann Gott keine Funktion mehr haben. Darüber hinaus wäre die Thematisierung von Gott mit der Reflexion über Seins- und Sinnfragen verbunden, Fragen, denen sich der postmoderne Pragmatiker aber nicht gerne stellt. Er könnte davon ja traurig werden.

Versucht man nun die verschiedenen oben thematisierten gesellschaftlichen und jugendspezifischen Denk- und Handlungsmuster auf den Punkt zu bringen, einen Begriff zu kreieren, der das Wesentliche dieses (post-)modernen Persönlichkeitstypus zum Ausdruck bringt, dann scheint dafür der Begriff „posttraditioneller Materialismus“ am besten geeignet zu sein.

„Posttraditioneller Materialismus“ steht für ein Lebensprinzip, das ein hohes Sicherheitsbedürfnis und große Affinität zu materiellen Dingen (Einkommen, Konsum, Karriere, Erlebnis) mit dem weitgehenden Fehlen von ideologischen und institutionellen Bindungen vereint. Diese Art von Materialismus ist ein quasi moralisch völlig unkontrollierter, von den meisten Wertebindungen befreiter Pragmatismus, der primär am individuellen Eigeninteresse, am Eigennutzen des handelnden Subjekts ausgerichtet ist. Im Kern regiert hier das „Cui Bono“, das heißt ausschließlich die Frage nach dem persönlichen Nutzen leitet das Handeln der postmodernen Pragmatiker.

Trotzdem findet der posttraditionelle Materialist, der postmoderne Pragmatiker, nicht die Erfüllung und das Glück, nach dem er beständig sucht. Im Gegenteil, er ist ein melancholischer, phasenweise auch tief trauriger Menschentyp, der das Defizitäre seines Lebens selten offen ausspricht, aber es permanent in den Tiefen seiner Seele empfindet. Insbesondere empfindet er den Preis für das Vergnügen des materialistischen Freizeitkonsums, den permanenten Druck und Stress des Arbeitslebens, als überzogen, als monströse Zumutung. So ist für den posttraditionellen Materialisten das Ergebnis seiner täglichen persönlichen Nutzenkalkulation häufig die Erkenntnis, dass der Preis, den er für seine kommerziellen Vergnügungen zahlt, ein zu hoher ist. Und obwohl seine Rechnung fast täglich eine negative Nutzenbilanz erbringt, muss der postmoderne Pragmatiker der dominierenden gesellschaftlich-ökonomischen Logik unterworfen bleiben, weil er nicht gelernt hat, in einem größeren Zusammenhang als der seines ganz individuellen „Cui Bono“ zu denken und zu handeln, d.h. er ist nicht in der Lage, sich zu den gesellschaftlichen Um- und Zuständen in eine kritische Distanz zu bringen, geschweige denn sie revoltierend zu verneinen.

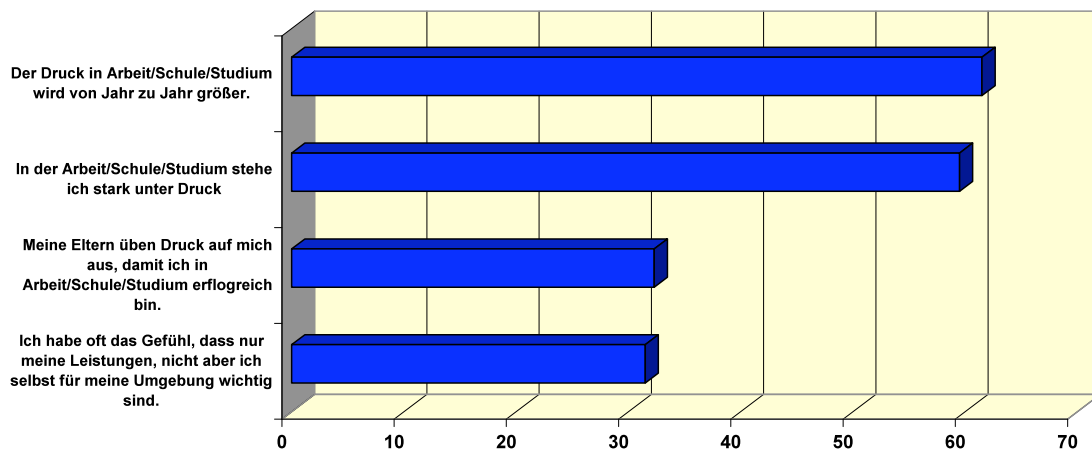
Alltäglicher Stress bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen

Die moderne Jugend revoltiert nicht gegen die gesellschaftlichen Verhältnisse. Sie ordnet sich ihnen unter und leidet still, für sich oder gemeinsam mit den Freunden. Wie stark die Jugend und die jungen Erwachsenen die Zumutung des allgemein akzeptierten Leistungsdrucks empfinden, zeigt Grafik 3.

Grafik 3: Stresserfahrungen 11- bis 29-jähriger Jugendlicher und junger Erwachsener

Stresserfahrungen von Jugendlichen

Jugendliche und Junge Erwachsene zwischen 11 und 29 Jahren
Angaben in Prozent



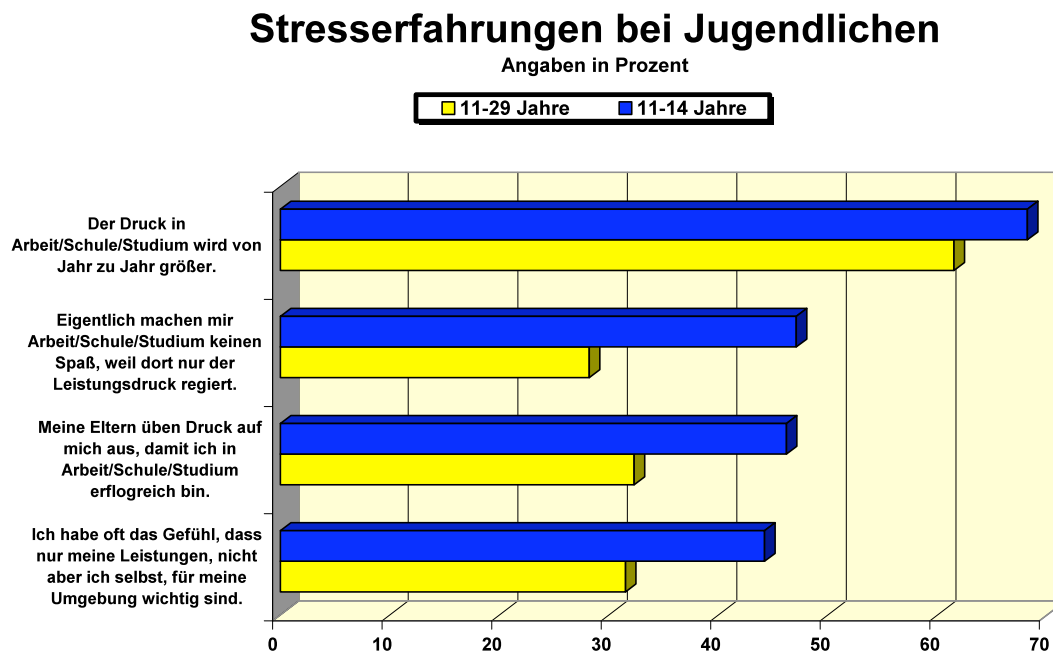
Quelle: TIMESCOUT Welle 12 (2007): rep. für 11- bis 39-jährige Trendsetter und Early Adopters, n=1200; Sonderauswertung 11-29 Jahre

Sich gestresst und unter Druck Fühlen ist eine Grundbefindlichkeit des jungen Menschen in unserer Zeit. Fast zwei Drittel der 11- bis 29-jährigen fühlen sich in Arbeit und Ausbildung unter starken Druck gestellt und sind der Auffassung, dass dieser Druck von Jahr zu Jahr zunimmt.

Interessant ist, dass sich offenbar gerade Personen, die den Jugendlichen mit besonderer Zuneigung und emotionaler Verbundenheit gegenüberstehen, in den Dienst des gesellschaftlichen Leistungsdrucks stellen. Über 30 Prozent der Befragten bringen zum Ausdruck, dass sie von ihren Eltern unter Druck gesetzt werden, damit sie Ziele in Arbeit, Studium oder Ausbildung erreichen. Diese Ziele scheinen nicht selten von außen auferlegt, also kein Bestandteil des eigenen Wünschens und Strebens der Jugendlichen zu sein. Darüber hinaus haben viele der Befragten den Eindruck, dass es ihrer Umgebung nicht primär um sie als Person geht, sondern nur um die Leistungen, die sie erbringen Wert. Rund 30 Prozent der Befragten glauben, dass nicht mehr sie

selbst als Person für ihre Umgebung wichtig sind, sondern nur das, was sie durch ihre Leistung hervorbringen.

Grafik 4: Stresserfahrungen bei 11- bis 14-Jährigen



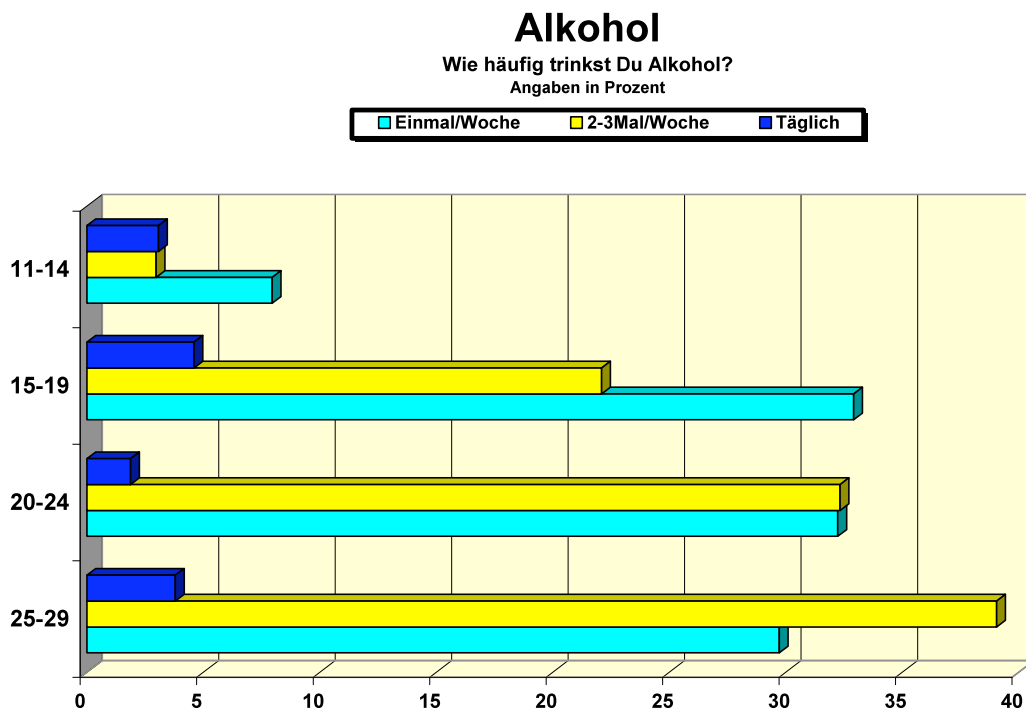
Quelle: TIMESCOOUT Welle 12 (2007): rep. für 11- bis 39-jährige Trendsetter und Early Adopters, n=1200; Sonderauswertung 11-29 Jahre

Insbesondere die ganz jungen Jugendlichen, die 11- bis 14-Jährigen, empfinden den gesellschaftlichen Leistungsdruck besonders stark und scheinen auch stark darunter zu leiden. So meinen fast 70 Prozent von ihnen, dass der Druck in der Schule von Jahr zu Jahr größer wird und über 45 Prozent fühlen sich von ihren Eltern unter Druck gesetzt. Versucht man dieses Datum zu interpretieren, so könnte man daraus durchaus ableiten, dass sich aus der Perspektive der Jugendlichen die Eltern auf die Seite der rationalen Systemwelt stellen und in Komplizenschaft mit dieser daran mitwirken, Anpassungs- und Einpassungsstrategien durchzusetzen. Im Gegensatz dazu versagen die Eltern den Jugendlichen gegenüber als Organisatoren eines auf emotionalen Beziehungen gegründeten, von systemweltlichen Leistungszwängen freien Lebensraums. Die Eltern stehen also in den Augen vieler Jugendlicher den Bedürfnissen und Interessen der kühl rechnenden, rationalen Institutionen offener gegenüber als den emotionalen Bedürfnissen ihrer Kinder. Und das vielfach deshalb, weil in Schule und Ausbildung erfolgreiche Kinder wesentlicher Bestandteil ihres persönlichen Erfolgskonzeptes sind.

Konsum von Alkohol: Flatrate-Partys und Komasaufen

Alkohol kann ein Mittel sein, um einer unerträglich erscheinenden Realität zu entfliehen oder um diese erträglicher zu machen. Er ist aber auch ein Mittel, um Erlebnisse, zum Beispiel einen Festivalbesuch, intensiver zu gestalten oder um überhaupt ausgeprägte, leidenschaftliche Erlebnisse zu erzeugen. In unserer Gesellschaft haben Erlebnisse einen hohen Stellenwert. Wer etwas Besonderes erlebt hat – zum Beispiel eine riskante Abfahrt mit dem Snow- oder Skateboard, einen Traumurlaub in der Karibik, einen außergewöhnlichen Auftritt eines Künstlers oder gar die unmittelbare Begegnung mit einem internationalen Filmstar – , genießt Ansehen und verbessert sein Image. Wo ein das materielle Leben transzendierender Sinn fehlt, bekommt das intensive Erlebnis, die unmittelbare Leidenschaft im Hier und Jetzt, überragende Bedeutung. Dass ihnen ein tieferer Sinn, ein ideelles Lebensziel fehlt, ist vielen Jugendliche überhaupt nicht bewusst, da ihnen die Bedeutung eines solchen für ein erfülltes Leben von den Erwachsenen nie vermittelt wurde. Doch sie haben ein diffuses Gefühl, etwas zu vermissen. Es fehlt ihnen etwas, was sie aber nicht genau benennen können. Alkohol kann hier eine Möglichkeit darstellen, um das unbestimmte Gefühl der Abwesenheit von Sinn vorübergehend zu unterdrücken.

Grafik 5: Alkoholkonsum bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen



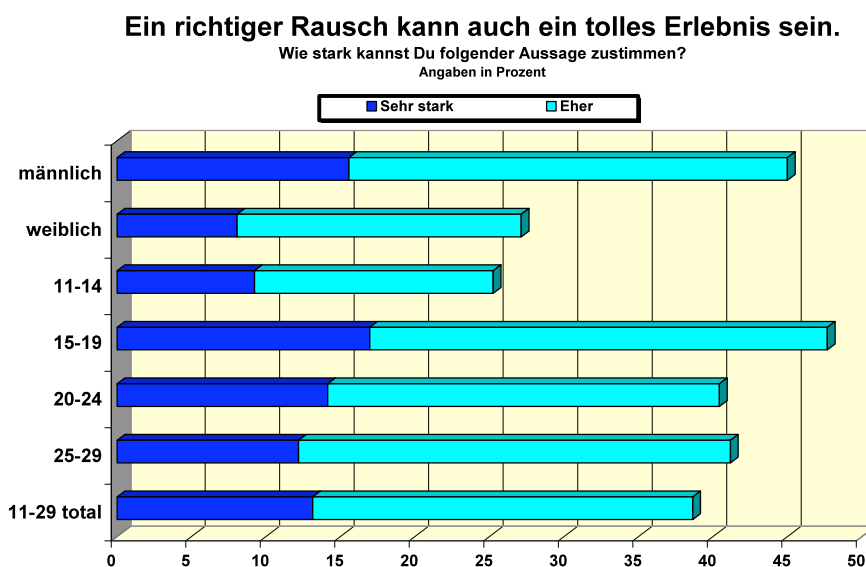
Quelle: TIMESCOUT Welle 12 (2007): rep. für 11- bis 39-jährige Trendsetter und Early Adopters, n=1200; Sonderauswertung 11-29 Jahre

Versucht man den Alkoholkonsum der Jugend und der jungen Erwachsenen zu quantifizieren, so zeigt sich, dass die Mengen, die getrunken werden nicht unbeträchtlich sind. Ein Viertel der Jugendlichen trinkt zwei- bis dreimal die Woche Alkohol, ein weiteres Viertel einmal die Woche. Vom 15. bis zum 30. Lebensjahr nimmt der Alkoholkonsum stetig zu. In der Gruppe der 25- bis 29-Jährigen sind es bereits fast 40 Prozent, die zwei- bis dreimal wöchentlich trinken. Dass Alkohol getrunken wird, scheint abgesehen von einem allgemeinen Sinn- und Wertedefizit, das bei immer mehr zu Realitätskompensation durch Alkohol führt, von folgenden Einflussfaktoren abhängig:

- vom Vorbild der Erwachsenen (Eltern, Verwandte etc.),
- vom Vorbild der Freunde,
- von sozialen, kulturellen Einschränkungen und psycho-emotionalen Defiziten (Armut, Mangel an emotionaler Zuwendung im Elternhaus, Versagen in Beruf/Schule etc.),
- von einem Wunsch nach intensiven und leidenschaftlichen Erlebnissen
- vom Angebot und der Rolle, die Alkohol in der kommerziellen Freizeitkultur spielt.

Wie eng der (Alkohol-)Rausch mit der postmodernen Erlebnismentalität in Verbindung steht, zeigen die Daten: Knapp 40 Prozent der 11- bis 29-jährigen Meinungsführer können der Aussage „Ein Rausch kann auch ein tolles Erlebnis sein“ sehr stark oder eher zustimmen. Besonders stark ist die Zustimmung zu dieser Aussage bei den männlichen Jugendlichen (fast 45 Prozent) und bei den 15- bis 19-Jährigen (über 45 Prozent).

Grafik 6: Alkoholrausch als Erlebnisfaktor



Quelle: TIMESCOUT Welle 12 (2007): rep. für 11- bis 39-jährige Trendsetter und Early Adopters, n=1200; Sonderauswertung 11-29 Jahre

Jugendliches Rausch- oder Komatrinken muss also nicht unbedingt mit sozialen, kulturellen oder psychischen Defiziterfahrungen zusammenhängen und kann deshalb keinesfalls alleine durch Maßnahmen der Sozialpolitik bekämpft werden. Zumindest ebenso gewichtig scheint der Einfluss des so genannten Erlebnisfaktors zu sein. Dies bedeutet, dass Alkohol und andere rauscherzeugende Substanzen in einer diesseits- und augenblicksbezogenen Erlebnisgesellschaft gezielt dazu eingesetzt werden, um Erlebnisse zu generieren, die die Gleichförmigkeit des gesellschaftlichen Alltags überschreiten helfen. D.h., dass man sich in der Alkoholprävention zukünftig auch gezielt mit der Art und Weise auseinandersetzen muss, wie in unserer Gesellschaft Erlebnisse bewertet werden und welches die akzeptierten Formen sind, um zu Erlebnisenerfahrungen zu kommen.

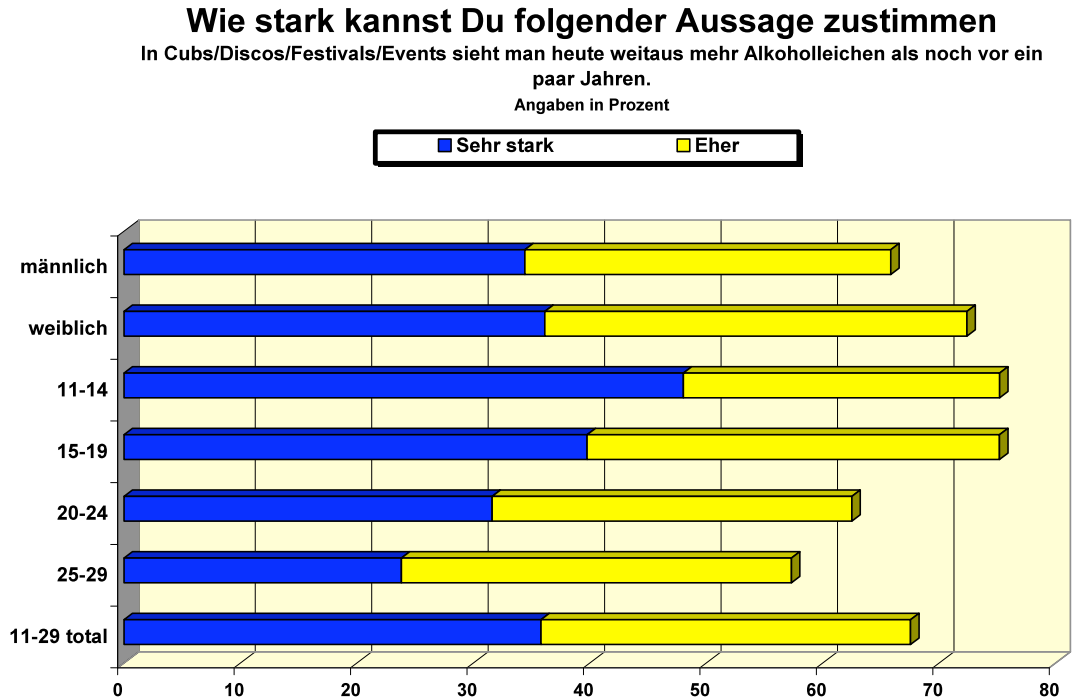
Als präventive Strategien bieten sich in diesem Zusammenhang vordergründig drei Verfahren an:

- Jugendliche – alternativ zum schnellen, konsumierbaren Erlebnis – zu Formen der tieferen Sinnfindung, ob in traditioneller oder posttraditioneller Form, zu „verführen“ (Hilfsorganisationen, Jugendorganisationen, Sportorganisationen etc.) und dem Konzept der Erlebnisgesellschaft, das da lautet: Erlebnis – jetzt sofort und um jeden Preis, argumentativ entgegen zu treten.
- Alternative, risikoarme Formen des Erlebens zu konzeptionieren und zu propagieren
- Das ausgeprägte Körperbewusstsein der Jugend zum Zentrum der argumentativen und praktischen Intervention zu machen

Darüber hinaus wäre der kulturelle und vor allem auch der kommerzielle Kontext, in dem der riskante Umgang mit Alkohol stattfindet, näher zu betrachten.

Dieser Aspekt wurde in den letzten Monaten intensiv unter dem Titel „Komatrinken“ in den Medien diskutiert. Hier zeigen die Daten der vorliegenden Untersuchung, dass der exzessive Gebrauch von Alkohol im Rahmen der Jugendkultur nach und nach zur Normalität geworden zu sein scheint. Jugendliche erleben das bis an die Grenzen des Bewusstseins und darüber hinaus gehende Trinkverhalten nicht mehr als außergewöhnliches, die Regeln und Normen des Feierns punktuell überschreitendes Ereignis oder als Unfall. Rauschtrinken ist zum Normalfall in den Clubs, Diskotheken und auf den Festivals des Landes geworden. So können fast 70 Prozent der 11- bis 29-Jährigen der Aussage, dass man heute bei den verschiedenen jugendkulturell ausgerichteten Veranstaltungen mehr alkoholisierte Menschen sieht als früher zustimmen. Besonders hoch liegt die Zustimmung bei den 11- bis 19-Jährigen, einer Altersgruppe, in der die Vorbildwirkung der sozialen Umgebung noch einen deutlich stärkeren Einfluss ausübt.

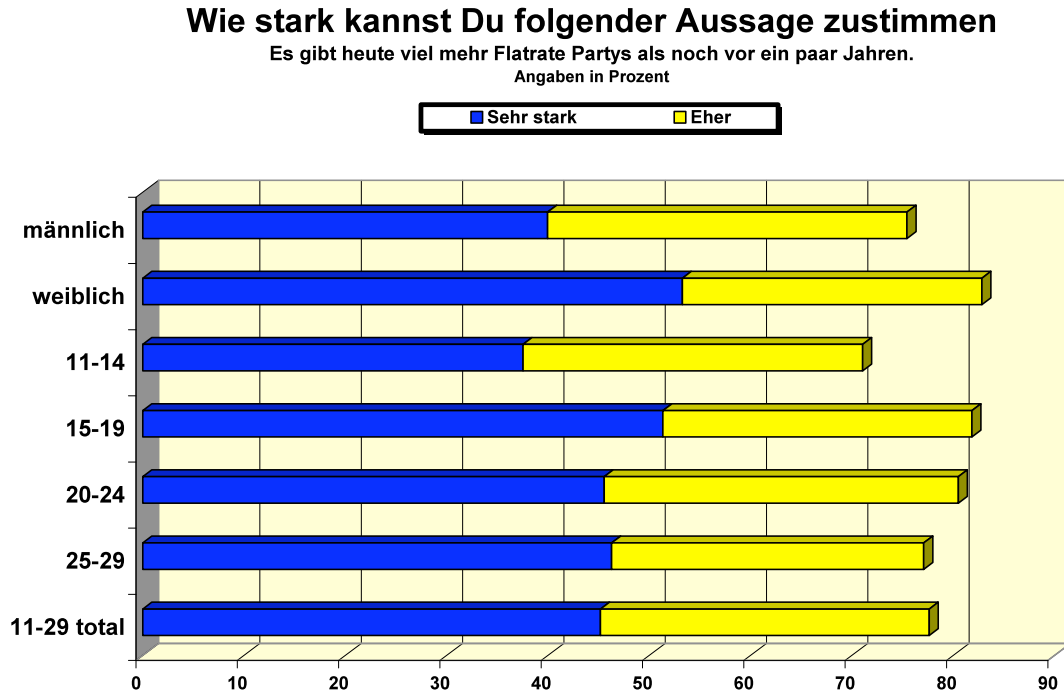
Grafik 7: Komatrinken bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen



Quelle: TIMESCOUT Welle 12 (2007): rep. für 11- bis 39-jährige Trendsetter und Early Adopters, n=1200; Sonderauswertung 11-29 Jahre

Zu beachten ist aber auch die Rolle von Teilen der Gastronomie und der Event-Veranstalter. Dort gibt es offensichtlich eine große Gruppe, die die neue Lust der Jugend am punktuellen exzessiven Rauscherlebnis kommerziell zu verwerten sucht. Zumindest aus der Perspektive der Zielgruppe betrachtet, wird das Angebot an Flatrate-Partys immer größer, respektive ist es heute deutlich größer als noch vor ein paar Jahren. Durch Flatrate-Angebote werden Jugendliche einerseits durch die Anwendung einer offensiven Pull-Strategie an den Alkohol herangeführt, andererseits führt die alltägliche Präsenz dieser Form des Partyangebotes auch zu einer weiteren Normalisierung und Veralltäglichung des Alkoholexzesses. Der Rausch wird damit aus dem Bereich des exklusiven, besonderen, vereinzelt Ereignisses herausgeführt und zu einer normalen, beliebig oft wiederholbaren kulturellen Alltagspraxis gemacht.

Grafik 8: Flaterate-Partys im Trend



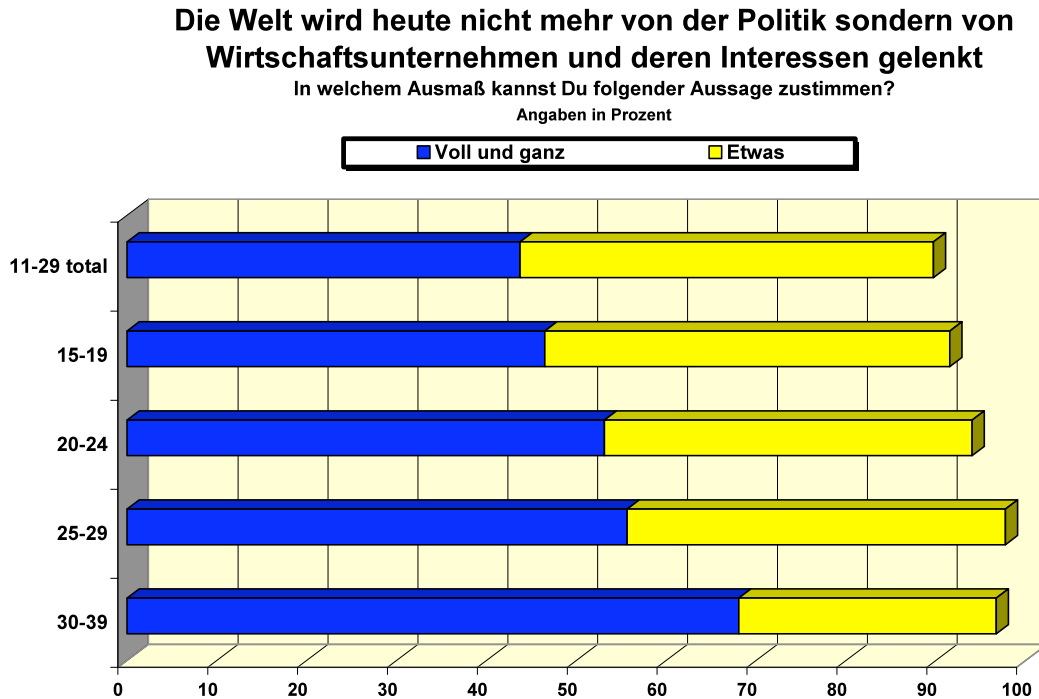
Quelle: TIMESCOUT Welle 12 (2007): rep. für 11- bis 39-jährige Trendsetter und Early Adopters, n=1200; Sonderauswertung 11-29 Jahre

Politische Beteiligung im Zeitalter des posttraditionellen Materialismus

Die gesellschaftlichen Rahmenbedingungen, unter denen Jugendliche in den letzten 20 Jahren aufgewachsen sind, haben deren politische Partizipationsbereitschaft auf ein Mindestmaß reduziert. Die Jugendlichen glauben einerseits nicht mehr an die Beeinflussbarkeit des politischen Systems, andererseits empfinden sie den Einfluss der Politik auf das globale Geschehen als minimal. Aus der Sicht der Jugend wird heute in den Chefetagen der Wirtschaft darüber entschieden, was in der Gesellschaft passiert und was nicht. Um ein Bild zu gebrauchen: Die Politiker sind nur Marionetten, die von den Wirtschaftskapitänen geführt werden. Sie inszenieren auf der Bühne der Öffentlichkeit die Macht, die eigentlich die Manager im Hintergrund haben.

Wie Grafik 8 zeigt, ist der Glaube an die Herrschaft der Wirtschaft über die Politik unter bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen „Common Sense“. Interessant dabei ist, dass dieser Glaube mit zunehmendem Alter an Bedeutung gewinnt, d.h. desto länger junge Menschen mit dem politischen System konfrontiert sind, desto ausgeprägter wird ihr Pessimismus, was dessen reale Gestaltungskraft betrifft.

Grafik 9: Machtposition der Wirtschaft in der Gesellschaft



Quelle: TIMESCOUT Welle 12 (2007): rep. für 11- bis 39-jährige Trendsetter und Early Adopters, n=1200

Die Distanz von großen Teilen der Jugend zum politischen System ist viel größer und tiefergehend, als dies vermutet wird. Denn die politikfernen Jugendlichen haben sich vielfach nicht bewusst aufgrund eines negativen Politik- und Politiker-Bildes vom politischen System distanziert. Viele von ihnen mussten sich auch nicht distanzieren, da sie nie einen Zugang zum Wert der demokratischen Teilnahme am Gemeinwesen und einer der diversen Möglichkeiten der politischen Partizipation gefunden hatten. Weder im Elternhaus noch in den gesellschaftlichen und den medialen Diskursen wurde ihnen die Notwendigkeit und Sinnhaftigkeit einer Beteiligung am gesellschaftlichen Ganzen vermittelt, niemand hat sie an die Partizipationsschnittstellen des politischen Systems herangeführt. Ein großer Teil der heutigen Jugendlichen sieht sein Leben kaum mehr mit dem großen gesellschaftlichen Ganzen verbunden. Sie können Institutionen, Parteien, Gewerkschaften, Religionsgemeinschaften etc. in keinen Zusammenhang mit ihren persönlichen Bedürfnissen und Interessen bringen, weil sie meinen, dass die Durchsetzung dieser Bedürfnisse und Interessen lediglich von ihnen selbst und den sie unterstützenden unmittelbaren Bezugspersonen abhängt. Den Jugendlichen wurde ein Individualismus „an-sozialisiert“, der zur Ausblendung des großen Systemzusammenhangs geführt hat und der sie ihr Heil primär in emotional hoch aufgeladenen Bezügen zu Familienmitgliedern und den engsten Freunden suchen lässt. Damit hängt der

Umstand zusammen, dass Jugendliche vor allem einen emotional-verstehenden Bezug zu Gesellschaft und Politik haben. Zu einer rational argumentierenden Form der Politik finden sie nur schwer Zugang. Sofern sie überhaupt noch für eine Form der Politik gewinnbar sind, dann für die berühmte Politik der Gefühle, eine Politik, die auf Emotionen und Ästhetisierung abzielt. Befragt man Jugendliche zu ihren Präferenzen für Politiker, so hört man kaum mehr programmatische Argumente wie „Also ich bin für Politiker X, weil er gegen die Mehrwertsteuererhöhung ist“, sondern man hört Aussagen, die sich auf abstrakte Gefühle oder Zuschreibungen beziehen wie „Bei dem Mann habe ich ein gutes Gefühl“ oder „Die Frau hat soviel Power“ etc.

Emotionalität, Bildlichkeit, Symbolhaftigkeit bestimmen die Jugendkulturen und ihre „politischen Praxen“. Es regiert der Zauber der Oberfläche und die Wirkung, die man sich von ihm erwartet. Auch die Einordnung in politische Kontexte geschieht über ästhetische Formen und emotionalisierende Bildlichkeit. Ein Linker wird man nicht mehr dadurch, in dem man links argumentiert, sondern indem man sich links kleidet. Und die Rechten sind heute, betrachtet man die Skinheadkultur, auch eher eine oberflächliche Lebensstilgemeinschaft als ein Haufen diskutierender und argumentierender Ideologen. Selbst die unter Jugendlichen äußerst populären Globalisierungs- und G-8-Gipfelgegner und Demonstranten wirken weniger durch ihre Argumente als vielmehr durch ihre Stilistik und Performanz. Es sind mutige Gesellen, postmoderne Stilikonen, deren Stilistik die Negation der kulturindustriellen Stilistik ist und die durch ihr radikales Handeln hohe Moralität und vor allem Konsequenz zeigen. Sie tun das, was die System-Politik vermissen lässt, sie tun konsequent das, was sie denken und sagen, bei ihnen stehen Reden und Tun in einem stimmigen Zusammenhang. Wenn man solche Menschen sieht, wie sie gegen Wasserwerfer anrennen oder Eisenbahngleise blockieren, da kommen schon Emotionen hoch, da entstehen positive Gefühle.

Eingangs wurde vom posttraditionellen Materialismus gesprochen, einer Form des Materialismus, dem fast jeglicher ideologische oder moralische Rahmen fehlt. Der posttraditionelle Materialist handelt ausschließlich nach Maßgabe seines persönlichen Nutzens. Diese Form des Materialismus ist die Meta-Befindlichkeit unserer Zeit. Alle Teilsysteme unseres Lebens sind ihr unterworfen, so auch die Politik. Unter seinem Einfluss ist die Politik zu einer gesellschaftlichen Leistungssphäre geworden, der jegliche Form des Altruismus nach und nach fremd geworden ist. Die Jugendlichen, die keine Experten der Rationalität, aber Experten des Gefühls sind, spüren förmlich, dass es den meisten Politikern nicht um die Menschen und die Verhältnisse geht, unter denen sie leben, sondern lediglich um sich selbst, das eigene Ego, die eigenen Karrieren, das eigene Image, die eigene Kohle, den eigenen Vorteil. Lifestylepolitiker, die in vielen Fällen genauso ideologisch substanzlos sind wie ihr junges Wahlvolk. Lifestylepolitiker vermitteln den Eindruck, dass ihr politisches Agieren in erster Linie an

Selbstverwirklichung und nicht am Gemeinwohl orientiert ist. Diese Lifestylepolitiker sind es, die eine Politik ohne Werte entstehen haben lassen, eine Politik der oberflächlichen Selbstinszenierung, die genauso ästhetisiert und entideologisiert ist, wie die kommerziellsten Formen der Jugendkultur. Eine Renaissance der Politik im jugendkulturellen Kontext kann es nur geben, wenn die Politik wieder zu einem altruistischen Abenteuer wird, wenn sie von Menschen aus Fleisch und Blut, von Menschen mit Ideen und Visionen, die für diese aber auch mit Emotionen eintreten und nicht von kalten Kalkulanten des eigenen Vorteils beherrscht wird. Nur wenn in die Politik ein ehrlicher Gemeinsinn zurückkehrt und den Eigensinn der selbstüchtigen Egoisten verdrängt, kann es möglich werden, dass Jugendliche wieder einen Bezug zum gesamtgesellschaftlichen Engagement finden und einen Sinn in der politischen Teilnahme sehen.

Vom posttraditionellen Materialismus zum posttraditionellen Idealismus: Perspektiven für eine Reintegration von Jugendlichen ins politische System

Der traditionelle Idealismus ist ein sich aufopfernder Idealismus. In seiner überspitzten Form verlangt er die Selbstaufgabe des Individuums in seinem Engagement für die Allgemeinheit. Der traditionelle Idealismus ist vom Geist des Opfers und der Aufopferung durchweht. Seine moralische Legitimation bezieht er im hohen Maße aus dem demonstrativen Verzicht auf die Befriedigung eigener, individueller Bedürfnisse. Das Ideal des traditionellen Idealismus ist der Mensch, der das Allgemeine über das individuelle Besondere stellt bis hin zur Aufgabe des eigenen Lebens, der eigenen Existenz für die Gemeinschaft. Dieses klassische Aufopferungsmotiv findet man insbesondere in der katholischen Heiligenmythologie, aber auch politische Revolutions- und Führer-Erzählungen sind nicht frei davon. Nicht selten ist das Bild des selbstlosen asketischen Partei- und Staatslenkers, der in bescheidenen Verhältnissen lebend auf Muße, Genuss und sämtliche Sinnenfreuden verzichtet und seine gesamte Existenz in den Dienst der großen Sache des Wohles der Allgemeinheit oder des Staates stellt. Beispiele dafür sind Kaiser Franz Josef mit seinem asketischen Lebens- und Arbeitsstil, der greise Hindenburg, der angeblich bis an sein Lebensende in einem Feldbett schlief, oder der verstorbene ÖGB-Präsident Benja, der, obwohl auch Präsident des österreichischen Nationalrates und damit zweithöchster Repräsentant des Staates, mit seiner Frau sein Leben in einer kleinen Gemeindewohnung verbrachte.

Wie wenig der symbolische Verzicht der Mächtigen in eine vom postmoralischen, posttraditionellen Materialismus beherrschte Zeit passt, demonstrierte sein Nachfolger Verzetnitsch eindrucksvoll. Er zog in ein Penthouse auf dem Dach der damals gewerkschaftseigenen Bank. Wurden Privilegien in der Politik früher vielleicht hinter

verschlossenen Türen heimlich genossen, so werden sie in der Lifestyle-Gesellschaft öffentlich inszeniert.

Mit dem traditionellen Idealismus kann man nicht gegen den neuen eigennütigen Materialismus angehen. Er ist eine stumpfe Waffe, weil er in der Grundmentalität des postmodernen Menschen nicht verankert ist. Zum postmodernen Menschen gehört die Sorge um das Selbst, die Selbstverwirklichung im Hier und Jetzt, wie die Luft, die der Mensch zum Atmen braucht. Zudem ist das Entweder-Oder dem postmodernen Menschen fremd. Er versteht es nicht, entweder gut oder schlecht, entweder selbstbezogen oder gesellschaftsbezogen sein zu müssen. Der postmoderne Mensch will Gegensätze verbinden, will Dinge, die vordergründig nicht zueinander passen, passend machen. Insofern kann ein neuer, posttraditioneller Idealismus nur ein Idealismus sein, der im stärkeren Ausmaß individuelle, auf das Selbst bezogene Strategien, in ein neues idealistisches politisches Beteiligungskonzept integriert. Wie könnten nun aber die praktischen Konturen zur Beförderung eines von einem posttraditionellen Idealismus getragenen Beteiligungskonzeptes aussehen? Was ist zu tun?

Das gesamte Gesellschaftssystem und seine wichtigsten Subsysteme brauchen eine breit angelegte und ernsthaft geführte Wertediskussion.

Tagtäglich erleben wir, dass die Befriedigung rein materieller Bedürfnisse durch den Konsum den Menschen, vor allen aber den jungen Menschen, nicht reichen. Viele negative Phänomene unserer Zeit lassen sich unmittelbar auf einen Mangel an Sinn zurückführen. Die Konsumgesellschaft hat über die Jahre hinweg ein riesiges Sinndefizit aufgebaut. Die drängenden Sinnfragen lassen sich für viele Menschen nicht mehr länger durch (Konsum-)Erlebnisse befriedigen. Das Sinnbedürfnis ist ein menschliches Grundbedürfnis. Hier sind genauso wie bei anderen Grundbedürfnissen wie etwa dem Bedürfnis nach Arbeit, Wohnen, Bildung etc., die großen gesellschaftlichen Institutionen in ihrer Obsorgepflicht angesprochen.

Unter Einbeziehung der großen zivilgesellschaftlichen Verbände und Organisationen, der Kirchen und der Medien sollten vor allem kommunikationspolitische Maßnahmen getroffen werden, die geeignet sind, einen Wertediskurs in die Gesellschaft hineinzutragen. Vor allem aber sollten der öffentlich-rechtlichen Rundfunk des Landes für eine solche Wertekampagne in die Pflicht genommen werden. Und auch die Schule könnte einen wichtigen Beitrag leisten: Als Plattform für Wertediskussionen und für das Gespräch über Sinnfragen hat die Schule in den letzten Jahrzehnten Schritt für Schritt an Bedeutung verloren. Mehr und mehr beschränkt sie sich ausschließlich auf die Vermittlung von praktisch-technischen Wissen und kommunikativen Fertigkeiten. Hier stellt sich die Frage, ob es nicht sinnvoll wäre, den Anteil an auf die Selbst- und Gesellschaftsreflexion gerichteten Unterrichtseinheiten radikal zu erhöhen. Ein Stündchen Religionsunterricht für die Religiösen und ein wenig Ethikunterricht für die

Nicht-Religionsgebundenen in der Woche ist zu wenig, um den Sinnfragen der Jugend gerecht zu werden.

Das unreflektiert vorherrschende Leistungsdenken wäre in einem kritischen Diskurs hinsichtlich möglicher inhumaner Auswirkungen auf den Einzelnen wie auch und die Formen des menschlichen Zusammenlebens zu hinterfragen.

Es ist zu vermuten, dass das aus den kapitalistischen Produktionsverhältnissen objektiv erwachsende Konkurrenz- und Leistungsprinzip, welches in der Folge von den Menschen als geistiges Lebensprinzip übernommen und internalisiert wurde und gegenwärtig zu einer Art Ersatzreligion, gegen die kein Einspruch gerechtfertigt erscheint, hochstilisiert wird, für die vielen (un-)moralischen Verwerfungen unserer Zeit verantwortlich ist. Die Vermutung liegt nahe, dass das unkontrollierte Leistungsdenken eine der wesentlichsten Ursachen für den heute vorherrschenden destruktiven, postmoralischen Materialismus ist. Das Leistungsparadigma sollte deshalb im Rahmen eines gesellschaftlichen Diskurses vor allem im Hinblick auf seine destruktiven Auswirkungen reflektiert werden.

Einer der wesentlichsten Faktoren, warum das politische Beteiligungsinteresse der Jugend so gering ist, ist der Zustand der politischen Parteien. Ihnen fehlen gegenwärtig scharfe ideologische Profile, die sie untereinander different erscheinen lassen und sie für die Menschen, insbesondere für die Jugend abgrenzbar machen. Niemand weiß heute, für welche Werte die Parteien stehen, in welchen Werten sie sich voneinander unterscheiden.

Eine offene Debatte über unterschiedliche Werte in der Politik würde insgesamt der Verbreitung von wertorientiertem Denken und Handeln in der Gesellschaft nützlich sein.

Weil die gegenwärtige Politik so frei von allen Werten erscheint und die Bevölkerung davon ausgeht, das politische Engagement nichts mit Werten, sondern primär mit dem pragmatischen eigenen Vorteil zu tun hat, ist sie für weite Teile der Bevölkerung uninteressant. Wer beteiligt sich schon an einer politischen Debatte, die man für eine Scheindebatte hält, weil sie offensichtlich nur dazu dient, das Eigentliche, Prinzipielle der Politik der Gegenwart, den Kampf um den persönlichen Vorteil, zu verschleiern? Was die Politik braucht, um wieder für die Bevölkerung interessant zu werden, sind richtige Konservative, richtige Sozialisten, richtige Liberale, richtige Katholiken und nicht nur Leute, die ganz offensichtlich nur so tun als ob und damit den Anschein erwecken, als würden sie selbst nicht mehr an das glauben, was sie propagieren. Die Gemeinschaft der lauen Pragmatiker, die man heute in allen Parteien findet, ist das Ende der Politik und des politischen Interesses. Denn wo klare Standpunkte fehlen, die auch mit „Verve“ vertreten und verteidigt werden, mangelt es an Spannung und Emotion.

Mehr als in anderen Bereichen der Gesellschaft kommt in der Politik der Weg vor dem Ziel. Der Weg ist das Abenteuer. Wenn dieser spannende Weg der öffentlichen Auseinandersetzungen und emotionaler Wortgefechte fehlt, dann fehlen letztendlich auch die Menschen, die an Politik teilnehmen oder sie zumindest mit Interesse verfolgen.

Politische Parteien, gesellschaftliche Verbände, Jugendorganisationen etc. sind in einem hohen Ausmaß auf den rationalen Diskurs ausgerichtet. Emotionale Hingabe, Politik und Engagement als Abenteuer sucht man meist vergebens. Dies ist fatal in einer Gesellschaft, in der die Menschen primär aufgrund von Gefühlen, von emotionalen Befindlichkeiten urteilen und handeln. Zudem wollen die „Kinder der Erlebnisgesellschaft“ etwas erleben und zwar überall, nicht nur in den dafür vorgesehenen Freizeitbereichen.

Politik muss einen Erlebnis- und Abenteuer-Aspekt aufweisen, dann wird sie auch für Jugendliche wieder interessanter werden. In den 1980er Jahren hat der „Life Aid“-Begründer Bob Geldof die Beseitigung der Armut als letztes großes Abenteuer unserer Zeit bezeichnet und damit hunderttausende Menschen mobilisiert. In einem ganz ähnlichen Sinne angewendet könnte auch das gesellschaftliche Engagement, als Abenteuer verstanden, zumindest für einen Teil der erlebnisorientierten Jugendlichen eine faszinierende Möglichkeit sein, ihr Leben „aufzupimpen“.

Die Politik muss aber auch ihren Totalitätsanspruch aufgeben. Mehr denn je ist es wichtig, den Menschen eine Engagementmöglichkeit anzubieten, die sie nicht vollkommen vereinnahmt und bindet. Der postmoderne „Multimensch“ agiert in vielen Wirklichkeitsfeldern gleichzeitig. Er wird sie nicht alle aufgeben, um sich schließlich voll und ganz auf die Politik zu konzentrieren. Auch das politische Abenteuer kann den Menschen nicht voll und ganz integrieren, denn vollkommene Integration wäre eine Form des traditionellen Idealismus. Der posttraditionelle Idealismus braucht Raum für individuelle Selbstverwirklichung. Im posttraditionellen Idealismus ist der engagierte Mensch ein Dividuum, eine Einheit, die sich aus dem selbstlosen Idealisten und den selbstbezogenen Individualisten zusammensetzt. Diese beiden Facetten der posttraditionell idealistischen Persönlichkeit muss die gesellschaftliche Praxis respektieren.

Es lohnt sich dem posttraditionellem Idealismus mehr Aufmerksamkeit zu schenken, denn der posttraditionelle Idealismus ist eine Waffe gegen den pragmatischen Materialismus, der heute unser Leben regiert und unter dem wir, ohne es uns eingestehen zu wollen, leiden. Politiker müssen an posttraditionellen Idealisten zukünftig mehr Interesse zeigen. Sie müssen posttraditionellen Idealisten als Agenten eines auf Gemeinschaftssinn und Solidarität gerichteten Wandel wertschätzen, anstatt

sich – so wie heute meist der Fall – lieber mit erfolgreichen Materialisten zu umgeben, die pragmatische Ego-Menschen sind und den Jugendlichen vorleben, dass man seine eigenen Interessen gegen Widerstände anderer um jeden Preis durchsetzen soll und kann. Ein gutes Beispiel dafür ist Frank Stronach. Politiker aller Couleurs umschwirren ihn wie Motten das Licht. Er ist ihr Ideal, nicht die idealistischen AbenteurerInnen, die Entwicklungshelfer, Friedenskämpfer, Flüchtlingshelfer, Umweltaktivisten usw.

Wenn man primär die egoistischen Leistungsmenschen auf den Sockel hebt, wen kann es da verwundern, dass sich vor allem junge Menschen dem Ego-Ideal hingeben und das gesellschaftliche Engagement links liegen lassen?

Kontakt:

bheinzmaier@tfactory.com

bheinzmaier@jugendkultur.at

tfactory Hamburg, Tel.: +49 / 40 / 375 03 444

Institut für Jugendkulturforschung, Tel.: +43 / 1 / 532 67 95



Bernhard Heinzmaier: Studium der Geschichte, Germanistik, Psychologie, Philosophie. 1988 bis 2000 Geschäftsführer des Österreichischen Instituts für Jugendforschung. 1990 bis 1992 Studienleiter für Markt- und Meinungsforschung bei Consent Wien. 1992 bis 1995 Geschäftsführer der Werbeagentur CNC. 1997 Gründung der tfactory Trendagentur mit Sitz in Wien. Herausgeber und Autor des Buches "Jugendmarketing - Setzen Sie Ihre Produkte in Szene" erschienen im Ueberreuter Wirtschaftsverlag, sowie Autor vom „Jugendkultur-Guide“. Autor des soeben erschienenen Buches „50 Jahre Shell Jugendstudie. Von Fräuleinwundern bis zu neuen Machern.“ Laufende Vortragstätigkeit sowie eine Vielzahl von Publikationen in Fachmedien, die sich mit jungen Zielgruppen befassen. Seit April 2000 ist er Geschäftsführer der tfactory GmbH Deutschland und betreut nationale und internationale Projekte für Unternehmen aus den verschiedensten Branchen und Bereichen. Seine Arbeitsschwerpunkte sind Forschung zu Produkt- und Werbe-konzepten oder Markenimages, qualitative Marktforschung und Jugendmarketing-strategien. Seit 2003 Vorstandsvorsitzender des Instituts für Jugendkulturforschung jugendkultur.at in Wien, 2002 bis 2007 Dozent für Soziologie an der Pop-Akademie in Baden-Württemberg. Lehrbeauftragter an der Werbeakademie Wien, der Universität Innsbruck und an der Donauuniversität Krems mit Lehrgängen in Krems und Köln.