

# Nie war die Jugend so wertvoll wie heute

Jenni Zylka

**Findet bei den jüngeren Generationen ein Wertewandel zugunsten des „Marktwertes“ einer Sache statt? Oder ist das nur das übliche Unken der Alten? Studien kommen zu unterschiedlichen Ergebnissen.**

„Youth is wasted on the young“, stellte George Bernard Shaw Anfang der 1930er-Jahre fest. Das knappe Aperçu des irischen Dramatikers kommentiert mit ironischer Verzweiflung die Tatsache, dass das Gut der jugendlichen Energie und Lebenslust von den unerfahrenen Lebensanfängern nicht hoch genug geschätzt wird. Es wurde lange vor der Erforschung der nach Buchstaben benannten Generationen X, Y und Z, der „68er“, der „No-Future“-Kids, der „Digital Natives“ und „Digital Immigrants“ gefällt, mit denen sich Gesellschafts- und Kulturwissenschaftler seitdem regelmäßig beschäftigen.

Doch obwohl jene Forscher aus ganz unterschiedlichen Motivationen in Studien und Befragungen, Zukunftsreporten und Berichten systematisch herauszufinden versuchen, was die „Jugend von heute“, also eine etwas nebulöse Masse von Menschen U30 und Ü14, will, was sie fürchtet und achtet, wo sie versagt und wo sie glänzt, scheint sie undurchschaubar zu bleiben. Ist die Jugendlichkeit wirklich, wie Shaw meinte, an sie verschwendet? Will sie eh nur konsumieren? Hängt sie zu oft am Smartphone? Und: Verkommen ihre Werte?

## „Vermarktwirtschaftlichung der Gesellschaft“

Laut zweier österreichischer Jugendkulturforscher, dem 1960 geborenen Bernhard Heinzlmaier und dem 1980 geborenen Philipp Ikrath, die ihre umfassenden Überlegungen zu den Werten der Jugend im 21. Jahrhundert 2013 in einem Buch namens *Generation Ego* veröffentlichten, hat sich abhängig vom Jahrgang der Beobachteten eine sogenannte „Werte-Umwertung“ vollzogen (Heinzlmaier/Krath, S. 23). Laut der Wissenschaftler betrifft „der Rückgang der Werte die traditionelle bürgerliche Kultur. Vor den Augen der älteren Menschen verschwinden die moralischen Stützpfiler ihres konservativ-bürgerlichen Ideals, die tragenden Säulen, wie Ordnung,

Respekt vor Traditionen, Bildung, manierliches Verhalten aber auch Religion“ (ebd., S. 25). Noch spezifischer werden Heinzlmaier und Ikrath bei den Werten im „Kulturbetrieb“: Da habe „die Vermarktwirtschaftlichung der Gesellschaft weitreichende Konsequenzen“, schreiben sie, um daraufhin einen neuen Zusammenhang zwischen Wert und Marktwert zu ziehen und den peruanischen Schriftsteller und Politiker Mario Vargas Llosa (Jahrgang 1936) zu zitieren: „Die Unterscheidung zwischen Preis und Wert hat sich verflüchtigt, beides ist jetzt eins, wobei das eine das andere absorbiert und außer Kraft setzt. [...] Der einzige Wert ist der kommerzielle. Das Verschwinden der alten Kultur bedeutet das Verschwinden der alten Vorstellung von Wert. Der einzige Wert, den es heute noch gibt, ist der vom Markt bestimmte“ (ebd., S. 27f.).

Auch den amerikanisch-schottischen Philosophen Alasdair MacIntyre (Jahrgang 1929) zitieren die Autoren. Er unterscheidet in seinen Schriften äußere Güter von „inhärenten“ Gütern, wobei man das inhärente Gut „um seiner selbst willen“ anstrebe, das äußere dagegen „wegen einem persönlichen Gewinn“. Generation Ego eben – Heinzlmaier und Ikrath verknüpfen diese Definitionen mit einem Paradigmenwechsel, der „durch den gesellschaftlichen Wandel hin zum Neoliberalismus“ stattgefunden habe. Bis in die 1980er-Jahre, so schreiben sie, galt „der rebellische, kritische, zum Widerspruch neigende junge Mensch als Leitbild der Jugendkulturen“, heute sei es „der angepasste, adrette Mitmacher“ (ebd., S. 49).

Die Gründe für all diese Entwicklungen, ob es um die „Beschleunigung der Gegenwart und Unsicherheit der Zukunft“ oder das von den Autoren als „Optimismus-Pessimismus-Paradoxon“ genannte Phänomen geht, laut dem die befragten Jugendlichen zwar ihre eigene Zukunft in Rosa, für die Zukunft der Gesellschaft aber schwarzsehen, werden in allen Bereichen gesucht und gefunden: Die (neuen) Medien, vor allem das

„Leitmedium Internet“ hängt genauso damit zusammen wie die Globalisierung und die Kommerzialisierung aller gesellschaftlichen Aspekte, auch die der Jugend und ihrer Kulturen (ebd., S. 84).

### „Freundschaften als Stabilitätsgarant“

Bei allem Kultur- und sonstigem Pessimismus, der, wie Heinzlmaier und Ikrath nicht müde werden zu betonen, natürlich schon immer vonseiten der älteren gegenüber den jüngeren Generationen vorgebracht wurde, finden die beiden Autoren aber – je nach Stand des eigenen Wertespiegels – auch positive Entwicklungen: „Freunde und Bekannte haben in allen namhaften Jugendstudien an Wert gewonnen“, fassen sie zusammen. „Freundschaftsbeziehungen bleiben als einziger Garant von Stabilität übrig“, prognostizieren sie und begründen das mit dem Nimbus des „Vorübergehenden“, der „Familie auf Zeit“, die in einer flexiblen, nicht mehr an traditionelle Familienformen gebundenen Gesellschaft die Norm sein wird. Die Nutzerinnen und Nutzer von sozialen Plattformen besäßen zudem „die notwendige Medienkompetenz, um eine klare Differenzierung zwischen Freunden und Bekannten vornehmen zu können“, schreiben sie hinsichtlich der immer wieder diffus gestreuten Ängste, Netzwerke wie Facebook u. a. würden echte Freundschaften nicht zulassen oder den Wert der Freundschaft banalisieren (ebd., S. 189).

Hinsichtlich des Umgangs mit den sozialen Medien, der selbstverständlich immer noch in jeder Studie, jeder Beobachtung und jeder Analyse einen zentralen Schlüsselpunkt für die Beurteilung des umschwärmten Nachwuchses darstellt, kommt das 1965 gegründete Internationale Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI), das dem Bayerischen Fernsehen untersteht und seinen Schwerpunkt auf die Mediennutzung von Kindern und Jugendlichen setzt, zu einem ähnlichen Fazit. Laut den *Grunddaten Jugend und Medien 2018*, die aus verschiedenen deutschen Erhebungen und Studien zusammengestellt wurden, beschäftigen sich zwar nahezu 100 % der Jugendlichen zwischen 12 und 19 Jahren täglich mit dem Internet, gehen über das Smartphone online, pflegen ihre Kontakte, informieren sich und spielen – das bestätigt die subjektiven Beobachtungen oder auch Unkenrufe der Älteren. Doch auf die Frage, wie Jugendliche und junge Erwachsene zwischen 14 und 29 Jahren die Glaubwürdigkeit von Medien einschätzen, schneiden die tradierten Medien (öffentlich-rechtliche Fernseh- und Radioprogramme und Tageszeitungen sowie bestimmte etablierte Nachrichtenseiten im Internet) signifikant besser ab als „Facebook und andere Communities“:

46 % – und damit der weitaus größte Teil der Befragten – schätzen Facebook als „weniger glaubwürdig“ ein. Ungefähr die Hälfte der Studienteilnehmer glaubt dagegen den öffentlich-rechtlichen Medien und Tageszeitungen – und das zwei Jahre nach der raumgreifenden „Lügenpresse“- und Fake-News-Diskussion, die bis heute an der Stabilität und Unanfechtbarkeit der (im besten Falle) unabhängigen, unparteiischen Traditionsmedien rüttelt.

Ein ähnliches Bild ergibt sich bei einer Frage nach dem „Vertrauen in Online-Bekanntschaften“, bei der Schülerinnen und Schüler zwischen 10 und 21 Jahren hinzugezogen wurden. Selbst, „wenn ich viele Informationen über diese Person im Internet finde“, beurteilten die Interviewten ihr Vertrauen auf einer Skala zwischen 0 und 100 nur bei 25, „viele Freunde/Kontakte auf Facebook“ oder „ein ansprechendes Profilbild“ ließen die dann doch misstrauischen Jugendlichen ebenfalls nicht alle Vorsicht über Bord werfen. Der Wert der echten, analogen Bekanntschaft, der mit Vertrauen zu einem anderen Menschen zusammenhängt, hat sich also nicht viel verändert. Und selbst die zeitaufwendigen Erfahrungen, die die digitalen Eingeborenen mit ihren sozialen, gar nicht mehr wirklich „neuen“, aber dennoch als Letztes dazugekommenen Medien machen, haben diesbezüglich wenig verschoben. Das mag einerseits am schlechten Ruf liegen, den Social-Media-Produkte noch immer bei den Elterngenerationen der Befragten haben und der sich damit in spätestens zehn Jahren, wenn keine digitalen Immigranten mehr an ihren Kindern herumerziehen, ändern könnte. Andererseits könnte das „Problem“, wenn man es denn als ein solches empfindet, sich auch selbst lösen. Um mit dem tief aus der prädigitalen Welt stammenden, bereits 1991 verstorbenen New Yorker Punkmusiker Johnny Thunders zu sprechen, der das Thema in einem Songtext vorausorakelte: *You can't put your arms around a memory*. Und eben auch nicht um einen Facebook-Eintrag. Insofern gibt es keinen Grund, anzunehmen, dass der Wert von Freundschaft und echter, nicht nur so betitelter „Facetime“ in Zukunft schwinden wird.

Dass die Marktanteile der jugendlichen Zuschauer zwischen 12 und 19 Jahren allerdings entgegen der Aussage zur angenommenen Glaubwürdigkeit der Öffentlich-Rechtlichen vor allem für die privaten Sender ein Grund zur Freude waren (im Jahr 2016 lagen sie bei fast 15 % für ProSieben gegenüber 5 bis 5,8 % für ZDF und ARD), lässt sich vielleicht mit dem nicht oder eben doch vorhandenen Interesse am Content erklären. Und spielt wiederum mit hinein in die Frage nach den Werten der Jugendlichen: Schließlich ist es durchaus möglich und üblich, dass jemand dem ZDF und seiner seriösen Berichterstattung zwar absolut glaubt, aber dennoch lieber und öfter

vor der ProSieben-Gruppe hängt (mit diesem Problem kämpfen die Fernsehmacher seit Jahren). Denn auch, wenn Wahrheit als hohes Gut wahrgenommen wird, ist Denkfaulheit ein weitverbreiteter Virus.

### „Statussymbole haben ausgedient“

Der jährlich erstellte *Zukunftsreport* des vom selbst ernannten „Zukunftsberater“ Matthias Horx 1998 ins Leben gerufenen Zukunftsinstituts sieht gemäß seiner positiven Grundhaltung, die ihr Gründer nicht müde wird zu verkünden, die neue sogenannte „Generation Global“ dagegen absolut positiv. „Eine heranwachsende Generation an Kosmopoliten verändert das alte, von Nationalstaaten und Engstirnigkeit geprägte Wertesystem hin zu einem neuen Altruismus, der globale Probleme vor die eigenen stellt.“ So überschreibt die Institutsmitarbeiterin Lena Papasabbas ihren gekürzten Auszug aus dem Institutsreport 2017. „Finanzielle Stärke“, so führt die Zusammenfassung weiter aus, „führt nicht mehr zwingend zu hohem Ansehen, und alte Statussymbole, etwa dicke Autos, sind für die umweltbewusste Generation Global geradezu vulgär. Für sie hat Fair Trade einen höheren Stellenwert als Louis Vuitton, und so steigen immer mehr junge Städter um: vom Auto auf das neue Statussymbol Fahrrad.“ Umso empfänglicher sei die neue Generation für Sharing-Angebote, glauben die Zukunftsforscher herausgefunden zu haben, egal ob Auto, Wohnung oder Kleider. Aber auch die Sorgen würden geteilt: „Globale Probleme wie Terror und Umweltverschmutzung bereiten Jugendlichen inzwischen mehr Kopfzerbrechen als persönliche Probleme, die mit Ausbildung, finanzieller Situation oder Gesundheit verbunden sind“, urteilt die Autorin. Sie und die Studie beurteilen diese Entwicklung vor allem hoffnungsvoll: „Die Aktivitäten der Generation Global entstehen unabhängig voneinander in verschiedensten Ausprägungen und in unterschiedlichsten Teilen der Welt. Die oft hyperlokalen Projekte und Initiativen sind somit Ausdruck einer neuen Klasse von Weltbürgern mit bewundernswerten altruistischen Werten.“

Jene altruistischen Werte wurden der Generation zwar von den *Generation Ego*-Autoren fast vollständig abgesprochen, aber so vielfältig die Jugend eben zu sein scheint, so vielfältig sind die Methoden, sie zu erforschen – und die Motive, aus denen das geschieht. Vor allem der Teil mit der Sharing Economy passt zudem auf wundersame Weise wieder zur düsteren Aussicht der zitierten Heinzlmaier und Ikrath: Sie würden hinter den vielen neuen Angeboten wohl nur eine weitere Methode für „materielle Gratifikationen und Statusgewinn“ vermuten. „Der Studierende wählt sein Studium nach dem

Einkommen und der sozialen Akzeptanz, die es ihm einmal einbringen wird“, schrieben sie. George Bernard Shaws Zeit- und Landesgenosse Oscar Wilde hatte das übrigens bereits 1892 messerscharf in seinem Bühnenstück *Lady Windermere's Fächer* erkannt: „Ein Zyniker ist ein Mensch, der von allem den Preis und von nichts den Wert kennt.“ Die steigenden BWL-, VWL- und Start-up-Zahlen beweisen ein Übriges.

### „Hyper Attention und Coping-Strategien“

Die 1985 geborene Steffi Burkhart, die in Sportwissenschaften promovierte, sich aber als „Sprachrohr der Generation Y“ bezeichnet und als solches von Panel zu Tagung reist und gar ein Buch mit dem Titel *Die spinnen, die Jungen!* geschrieben hat, versüßt ihre teilweise negativen Erkenntnisse durch ein paar Anglizismen. Sie attestiert den Ypsilonern (geboren etwa zwischen 1980 und 2000) alarmierende Symptome: „Die Konzentrationszeiten werden kürzer (Hyper Attention), junge Menschen haben ein echtes Aufmerksamkeitsdefizit – Tendenz steigend, die Informationsdichte nimmt zu (Attention Economy) und wir haben es mit alarmierenden Zahlen hinsichtlich psychosozialer Erkrankungen bei Jugendlichen zu tun. Es fehlt an Coping-Strategien für den Umgang mit der modernen Informations- und Kommunikationstechnologie, der Informations- und Reizüberflutung“, sagte sie im März 2018 in einem Interview mit einem Onlinebildungsmagazin. Doch Burkhart kann den reizüberfluteten Whizkids ebenfalls viel Positives abgewinnen: „Junge Menschen lernen kollaborativer, praktischer und im Austausch mit anderen – ob analog oder digital. Und sie verstehen immer mehr, dass Lernen nicht nur im Rahmen von Schule stattfindet, sondern lebenslang entscheidend ist. Denn lebenslanges Lernen ist ein zentraler Schlüssel für die Employability auf dem globalen Arbeitsmarkt von morgen.“ Jene „Employability“, damit steht sie wieder in einer Reihe mit allen zitierten Jugendforschern und -zweiflern, steigt anscheinend auf jeden Fall, komme, was wolle. Die Generation Y und folgende ist mithin fähig, aber reich.

„Sie hat die Aufmerksamkeitsspanne eines Goldfisches“, würde der fiktionale Dr. Sheldon Lee Cooper aus der Fernsehserie *The Big Bang Theory* klagen, der mit seinem Nerd-Charakter auf eine ganz andere Art und Weise für eine Jugendkultur steht, die sich in diesen Zeiten verändert. Denn auch mehr oder weniger nicht affirmative Jugendkulturen (wie das Punk- oder Skinhead-Movement, Rockabillys oder Fantasy- bzw. Computer-Nerds), deren (sichtbare) Mitgliedschaft früher das wichtigste Symptom einer gemeinsamen Wertewelt darstellte, verändern sich mit der Globalisierung der dazuge-



hörigen Merkmale. So entsteht paradoxerweise gleichzeitig ein Upgrade der eigenen Individualität, die zu unterstreichen durch die ständige Verfügbarkeit aller Mittel (Kirschen-Ohrhörer für Rockabellas in jeder Einkaufspassage, die erste „The Damned“-LP auf Vinyl, condition: good, im Onlinehandel) enorm erleichtert wird. Auf der anderen Seite ist es dadurch quasi unmöglich, wahrhaftig individuell zu sein. Anders gesagt: Die Gruppe der Individualisten wird, auch durch die weltweiten Kommunikationsmöglichkeiten mit anderen Nischenbewohnern und Nerds, immer größer und homogener. Sogar (meist männliche) Zauberei-Interessierte, früher ein fester Bestandteil der Nerd-Community, betreiben inzwischen Onlineshops, in denen bärtige Hipster mit den coolsten Zauberkartendecks bedruckte „Cardistry“-T-Shirts tragen. Und ein weiterer Aspekt wird relevant: Die Geborgenheit und Akzeptanz, die solche Jugendkulturen ihren Mitgliedern geben konnten, ein Gefühl, das sie – teilweise – im verhassten, opponierten Elternhaus vermissten, wird im Zuge der großen Harmonie zwischen Eltern- und Kindergeneration obsolet. Identifikations- und Vorbildfiguren sind tatsächlich wieder die Eltern – oder sich nahbar und normal gebende YouTuber.

### „Rückhalt durch die Familie“

Das bestätigt auch die bekannteste aller Jugendbefragungen, die sich seit 1953 im Abstand von etwa vier Jahren umfassend mit den Werten der Jugend beschäftigt: die *Shell Jugendstudie*. Deren 17. Ausgabe stammt von 2015 und wurde von Prof. Dr. Mathias Albert, Prof. Dr. Klaus Hurrelmann und Prof. Dr. Gudrun Quenzel betreut. Über 2.500 Jugendliche zwischen 12 und 25 Jahren wurden dafür 2015 angesprochen, außerdem führte man mit einigen der Befragten vertiefende, mehrstündige Interviews. „Die eigene Familie hat für Jugendliche nach wie vor einen hohen Stellenwert“, schreiben die Herausgeber in ihrer Bilanz. „Hier findet eine große Mehrheit von ihnen den notwendigen Rückhalt und die positive emotionale Unterstützung auf dem Weg ins Erwachsenenleben. Mehr als 90 % der Jugendlichen pflegen ein gutes Verhältnis zu ihren eigenen Eltern.“ Die Jugendlichen würden ihre eigenen Kinder sogar ungefähr so oder genauso erziehen, wie sie selbst erzogen wurden. So zufrieden waren Pubertierende lange nicht mehr, vielleicht überhaupt noch nie. Die *Shell Studien*-Betreiber fassen die Haltung der Jugend 2015 mit den Worten „Eine pragmatische Generation im Aufbruch“ zusammen und attestieren ihr ein großes Interesse an einer gerechten und nachhaltigen Welt, an Bildung und Selbstverwirklichung, zudem zeigten sie ein wachsendes politisches Interesse auch außer-

halb der etablierten Parteien (das sich vor allem in der regen Teilnahme an dem simpelsten, bedeutungslosesten politischen Instrument, der Onlinepetition niederschlägt).

Schlussendlich wird von allen Forscherinnen und Forschern in diversen Publikationen immer wieder psychische wie physische Gesundheit, und damit ist vor allem „Selbstachtung“ durch regelmäßige Pilates, gesunde Nahrung und Trendfasten gemeint, als wichtiger Wert jüngerer (und zunehmend auch älterer) Menschen genannt. Zwar sinkt die Zahl der Drogenabhängigen nur sehr langsam, und vor allem im Bereich der Designerdrogen herrscht nach wie vor Experimentierfreude bei der Jugend. Doch um noch einmal Shaw zu zitieren, „wasted“ will eigentlich in diesem Zusammenhang niemand mehr sein. Jedenfalls nicht auf Dauer. Das Interesse am verlässlichen Betrieb des eigenen Körpers passt nebenbei zu dem von verschiedenen Forschern eruierten Nutzdenken der Backfische: Zweifelsohne ist das freiwillige Sichvergiften durch zu viele legale oder illegale Toxika auch immer eine Verweigerung, in einer Gesellschaft zu funktionieren oder sich ihr zur Verfügung zu stellen. Wenn man sich ihr nicht verweigern will, sondern mit ihr zufrieden ist, schießt man sich nicht ab.

An diese schwer greifbare, aber gut dokumentierte, reizüberflutete, aber auffassungsschnelle, familienfreundliche und pragmatische Jugend mit ihren überschaubaren, aber beachtlichen Werten ist vielleicht, um Shaws Aphorismus zu widersprechen, die Jugendlichkeit wahrlich gar nicht verschwendet. Wo sie doch so vorbildlich damit umgeht. Ob man sich allerdings mit ihr gut unterhalten fühlt, ist eine andere Frage.

#### Literatur:

- Burkhart, S.:** *Jugend 2018: Stets im Austausch – aber mit Aufmerksamkeitsdefizit!* Interview, 05.03.2018. Abrufbar unter: [www.news4teachers.de](http://www.news4teachers.de)
- Deutsche Shell Holding GmbH (Hrsg.):** *Jugend 2015. 17. Shell Jugendstudie*. Frankfurt am Main 2015
- Heinzlmaier, B./Ikraht, P.:** *Generation Ego. Die Werte der Jugend im 21. Jahrhundert*. Wien 2013
- Horx, M. (Hrsg.):** *Zukunftsreport 2017. Das Jahrbuch für gesellschaftliche Trends und Business-Innovationen*. Frankfurt am Main 2016
- Internationales Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI) (Hrsg.):** *Grunddaten Jugend und Medien 2018. Aktuelle Ergebnisse zur Mediennutzung von Jugendlichen in Deutschland* (zusammengestellt von H. v. Orde und A. Durner). München 2018
- Papasabbas, L.:** *Die Generation Global*. Frankfurt am Main 2016. Abrufbar unter: <https://www.zukunftsinstitut.de/artikel/zukunftsreport/die-generation-global/>
- Thunders, J.:** *You can't put your arms around a memory*. Auf: „So alone“. Real Records ARE3 1978
- Shaw, G. B.:** *Youth is wasted on the young*. Aus: Cook-Coos von Ted Cook. In: King Features Syndicate 1931
- Wilde, O.:** *Lady Windermere's Fächer*. Uraufführung London 1892

Jenni Zylka ist freie Autorin, Moderatorin, Filmkuratorin, Journalismusdozentin und Geheimagentin. Sie arbeitet für Radio, Print- und Online-Medien, u. a. Spiegel Online, „taz“, „Tagesspiegel“, „Rolling Stone“, WDR, RBB, Deutschlandradio, Berlinale, Filmfest Emden, Filmfest Dresden, Akademie für Mode und Design, und veröffentlichte bei Rowohlt und Suhrkamp.





MEINE  
INTUITION

Anna Sophie (20):  
„Worauf vertraust Du bei wichtigen Entscheidungen?“