

# DIE SELBSTVERLIEBTHEIT DER JUGEND

UM DIE HEUTIGE JUGEND ZU VERSTEHEN, LOHNT SICH EIN BLICK IN DIE WERTHALTUNGEN DER BEVÖLKERUNGSGRUPPE, DIE SICH IN EINER PHASE DER ENTWICKLUNG UND MODIFIZIERUNG IHRER EIGENEN WERTE BEFINDET. DIE JUGEND ZEIGT SICH IN DER UNTERSUCHUNG VON DEMOSCOPE ALS MATERIALISTISCHER UND HEDONISTISCHER ALS FRÜHERE GENERATIONEN. ABER AUCH EIN GESTIEGENER HANG ZUR AUTORITÄT UND EIN WACHSENDES SICHERHEITSDERFERNIS MANIFESTIEREN SICH IN DER JUGEND VON HEUTE.

Jugend kann sowohl als subjektive biografische Lebensphase als auch als gesellschaftlich bestimmte Lebenslage verstanden werden. Sozialhistorisch gesehen dient dieser Lebensabschnitt der Festigung gesellschaftlicher Erfordernisse und Funktionen. Inhalte der Jugendjahre wie Dauer, Abfolge von Statusübergängen oder Bewältigung von Entwicklungsaufgaben können sich nach Gesellschaft, sozialer Schicht und auch individuell unterscheiden.

Trotz der grossen Variationsfähigkeit des Begriffs der Jugend gibt es konstante Werthaltungsunterschiede zwischen dieser soziodemografischen Gruppe und Definitionsstrukturen anderer Alterskonglomerate. Diese Konstanz liegt in der normativen Qualität von Werten, welche ihrer Funktion zugeschrieben werden kann. So dienen Werte als Standard, Massstab und sozialer Vergleich für die Lebensführung. Fazit ist, dass sich Jugendliche weniger durch soziodemografische Merkmale als vielmehr durch unterschiedliche Werthaltungen und Lebensstile unterscheiden.

Auffallend ist die Wichtigkeit von Werten für die Jugend. Die Lebensphase der Jugend gilt als Zeit der Wertegenese, also als Orientierung und erstmalige Verfestigung von Werten (Identitätssuche). Dabei ist in modernen Gesellschaften nicht mehr nur die Übernahme von bestehenden Werten älterer Generationen das Ziel, sondern auch die Modifizierung und Entwicklung von Werten. Hier liegt die Begründung, weshalb sich die Gesellschaft bei Entwicklungen – wie der Digitalisierung – gerne an der Jugend orientiert und diese als Trendsetter versteht.

Diese Werte drücken sich in Entscheidungen über Handlungsalternativen aus. Sie sind nur über mehrere Indikatoren zu erfassen. Daher testet DemoSCOPE seit 1974 das Psychologische Klima der Schweiz (PKS) mit einer grossen Zahl von Aussagen, welche die Handlungsgewohnheiten der Probanden messen und diese in Wertepositionierungen umschreiben. PKS 2012 konstatiert für die vergangenen fünf Jahre eine zunehmende Diskrepanz zwischen den Werthaltungen der jungen Schweizer und dem Rest der Bevölkerung, insbesondere natürlich der älteren Generation.

## LILIAN DEMARMELS



Lilian Demarmels ist Projektleiterin und Produktmanagerin Online bei DemoSCOPE. Die DemoSCOPE gehört zu den führenden Markt- und Meinungsforschungsunternehmen der Schweiz. Die Kerntätigkeiten sind die klassische Ad-hoc-Marktforschung sowie die psychografische Marktforschung mit Radar Psychografie und PKS – Psychologisches Klima der Schweiz. [www.demoscope.ch](http://www.demoscope.ch)

## Die Jugend von heute

Allgemein wird in vielen Untersuchungen der letzten Jahrzehnte eine Zunahme der Bedeutung von Selbstentfaltung-, Erlebnis- und Genusswerten festgestellt. Was oftmals als Wertewandel beschrieben wird, kann man auch als Präferenzverschiebungen verstehen, ohne dass alte Werte durch neue ersetzt werden. Die Werte, die bei DemoSCOPE 2012 von Jungen präferiert werden, sind vor allem der stärkere Materialismus und Hedonismus →



**Selbstüberzeugung und Selbstdarstellung:** Der Jugendliche von heute muss seine Fähigkeiten kennen und seine Vorzüge verkaufen können.

↳ einerseits, aber auch der Hang zu Autoritarismus und ein gestiegenes Sicherheitsbedürfnis andererseits.

Seit Ende des 20. Jahrhunderts wachsen Jugendliche in einer hochkomplexen Medien(um)welt auf und sind dadurch ganz selbstverständlich Treiber und Hauptnutzer der modernen Informations- und Kommunikationsgesellschaft.

Eine Generation ist herangewachsen, bei der viel mehr als Geburtstage und Erstkommunion auf Zelluloid und Memory Stick verewigt wurden.

Ein ewiger medialer Spiegel ersetzt den Wandspiegel im Kinderzimmer und nötigt damit die neue Generation, sich mit ihrem Alter Ego noch mehr zu beschäftigen, als sich dies bei früheren Generationen aufdrängte.

Es scheint noch nicht lange her, als der Lebenslauf für die Berufslehre die erste Profilerstellung war, bei der man mehr Gedanken verwendete, als über seine aktuelle Lieblingsfarbe nachzudenken. Heute sind digitale Profilerseiten schon bei den jüngsten Mitgliedern sozialer Plattformen ausgeklügelt und ein Narzissmus einzige Strategie, in der Informationsgesellschaft Beachtung und Anerkennung zu finden. Um sich im globalen Dorf profilieren zu können, scheint es nur logisch, dass Materialismus und Hedonismus im Zunehmen sind. Prestige und Anerkennung werden durch selbstverständlichen Besitz und durch Erlebnisse mit entsprechend aktionsreichem Beweismaterial zelebriert und medial vorgelebt.

Laut der Daten aus dem PKS sind junge Schweizerinnen und Schweizer 2012 deutlich materialistischer eingestellt als in frühe-

ren Jahren. Sie möchten bei den neusten Technik-must-haves wie Smartphone, Tablet PC und Co. mithalten können. Gleichzeitig sollte ihr Geld für angesagte Kleidung und hedonistische Ferien ausreichen. Bei der über 20-jährigen jungen Schweizer Bevölkerung werden überdies hohe und teure Statussymbole bis hin zum Eigenheim zum Thema.

Ein Generationenkonflikt zwischen den wohlstandsorientierten Jungen und den saturierten Alten ist, wenn ein zukünftiger Gegentrend ausbleibt, unumgebar. Vor allem, wenn sich die Einkommensverhältnisse zukünftig verschlechtern, entfacht ein Kampf zwischen den Jungen, die kaum über Ersparnisse verfügen, und den Alten.

Bescheidenheit leisten sich hauptsächlich die, die bereits genug haben und ihre Wahl auch nach den Gesichtspunkten der Nachhaltigkeit treffen können beziehungsweise auf die Erlebniswelt setzen.

Dementsprechend stärker ausgeprägt als zuvor ist in der diesjährigen Erhebung auch der Hedonismus bei der jungen Bevölkerung. Der Erlebnishunger, die Angst vor Langeweile, dem →

« Ein Generationenkonflikt zwischen den wohlstandsorientierten Jungen und den saturierten Alten ist, wenn ein zukünftiger Gegentrend ausbleibt, unumgebar. »

↳ Alleinsein, die erhöhte Risikobereitschaft und der damit verbundene Stress liegen im Trend. Der Hedonismus kollidiert dabei allerdings zunehmend mit dem Ruhebedürfnis der Mehrheit der Bevölkerung. Vor allem in städtischen und verstäderten Wohn- und Aufenthaltsstrukturen führt diese Werthaltung zu Reibungen. Intoleranz gegenüber Lärm ist bereits heute an der Tagesordnung und Lärmbelästigung steht auf der politischen Agenda mehrerer Städte der Schweiz.

### Die erwachsene Jugend?

Es gibt bei den Jungen aber auch Trends, die sie den älteren Generationen wieder näherbringen:

Der Konformismus ist eine neue Tendenz bei den Jungen. Das Ausmass des Konformismus nähert sich den Werten der älteren Bevölkerungsmitglieder an. Nonkonformistische Jugendkulturen, wie man sie aus der Hippiezeit der Siebziger kannte, sind weitgehend inexistent. Gruppenweiser Konformismus hat Einzug gehalten. Das Phänomen, dass äussere Merkmale einer Jugendkultur nach kurzer Zeit von einer breiten Masse aufgenommen

werden, hat seit den 1980er-Jahren stark zugenommen. Dies erschwert die Entstehung neuer authentischer Jugendkulturen mit inneren Werten und kreativen Aspekten. Konformismus wird ausserdem im heutigen gedrängten Wohnraum der Schweiz von Kindheit her angelernt und selten hinterfragt.

Auch im Streben nach Sicherheit nähern sich die Jungen den älteren Generationen schrittweise an. Junge fühlen sich physisch sowie auch materiell nicht mehr sicherer als die ältere Generation. Die Unsicherheit angesichts Belästigung und Gewalt im öffentlichen Raum, von den Schulhöfen bis zum nächtlichen Ausgang, ist bei Jungen stark verbreitet. Sie neigen also ebenso wie ältere Personen zu rigorosen Gegenmassnahmen.

Das gesteigerte Sicherheitsbedürfnis der Jungen scheint sich in den vergangenen Jahren auch durch das Dauerthema der wachsenden Arbeitslosigkeit verfestigt zu haben. Selbst eine gute Ausbildung gibt heute keine Garantie mehr für einen erfolgreichen Einstieg ins Berufsleben. Arbeitsstellenknappheit und Prekarisierung verunsichern die Jugend. Der Konkurrenzkampf durch den globalen Bevölkerungszuwachs ist nicht mehr nur in entfernten Ländern wie China und Indien zu spüren. Auch in der Schweiz müssen sich die Jugendlichen profilieren. Damit einher geht eine Notwendigkeit der Selbstüberzeugung und der Selbstdarstellung. Der Jugendliche von heute muss seine Fähigkeiten kennen und seine Vorzüge verkaufen können. Dies deuten ältere Generationen, speziell in der schweizerischen Kultur des Understatements,

«Junge Schweizerinnen und Schweizer sind deutlich materialistischer eingestellt als in früheren Jahren.»



Hatten Sie schon einmal 100 Meter Platz für Ihre Werbung?

Erobern Sie Zürich als erstes Unternehmen mit einem Werbezug. [sbb.ch/werbezug](http://sbb.ch/werbezug)

schnell als Narzissmus und Selbstverliebtheit. Für sie ist es schwierig zu beurteilen, ob ein 14-jähriger Rapper mit Leoparden-Hosen und dem Text «everybody wants to get like me» Selbstverliebtheit oder Selbstironie ausdrücken möchte.

## Der Einfluss der Bildung

In der ganzen Thematik der Jugend und Wertegenese ist die Bildung der zentrale Einflussfaktor. Weniger Gebildete neigen mehr zu den zuvor skizzierten Trends in ihren Werthaltungen. Materialismus und der Sinn nach Ablenkung und wildem Freizeitgenuss sind bei dieser Gruppe ausgeprägter. Der Frust beim Nichterreichen dieser Ziele fällt hier entsprechend höher aus. Eine Verschlechterung der wirtschaftlichen Situation ist daher bei den weniger gebildeten Jugendlichen sowohl wahrscheinlicher als auch gefährlicher.

Besser gebildete und/oder ins Wirtschaftsleben integrierte Jugendliche führen dagegen weiterhin die fortschrittlichen Trends wie Nachhaltigkeit und Übernahme von Verantwortung für die Gesamtgesellschaft an. Der Trend der älteren Generationen hin zur Wohlfühlgesellschaft zeichnet sich in den Jugendjahren der bildungsstarken Gruppe ab.

Die Jugendzeit als Zeit der Wertegenese fordert den Jugendlichen zur Auseinandersetzung mit dem Selbst heraus. Deshalb liegt die Annahme auf der Hand, dass die Jugend an sich Selbstverliebtheit

fördert. Das Hinterfragen des eigenen Aussehens ist hier zentral. Körperkult, Klamottentrends sowie auch Träumerei und Naivität gehören schon lange zur Adoleszenz, der Lebensphase zwischen Kind und Erwachsenen. Die steigende Bedeutung von Werten wie Materialismus und Hedonismus ist allerdings Indiz für eine noch wachsende Selbstverliebtheit der Jugend. ▲▲

## STUDIE ZUR HANDYSUCHT BEI JUGENDLICHEN



Fünf Prozent der Schweizer Jugendlichen zwischen 12 und 19 Jahren können als handysüchtig bezeichnet werden. Dies ergab eine Studie der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften mit dem Titel «Handygebrauch der Schweizer Jugend – zwischen engagierter Nutzung und Verhaltenssucht.» Zu den Symptomen gehören beispielsweise das vergebliche Versuchen, die Handynutzung einzuschränken, negative Konsequenzen im sozialen Umfeld oder Schlafmangel durch den Handygebrauch. Die Autoren Gregor Waller und Daniel Süss nennen als Risikofaktoren: Impulsivität, extravertiert-aktives Verhalten und eine schwierige Beziehung zu den Eltern. Umgekehrt habe, so die Autoren, eine positiv-stabile Beziehung zu den Eltern eine präventive Wirkung. Damit das Aufkommen einer Handysucht frühzeitig erkannt und negative Folgen abgefedert werden können, brauche es die Sensibilisierung von Eltern, Lehrpersonen und Beratungsstellen. Als zusätzliche Schutzmassnahmen sehen sie die Einschränkung spezifischer Handyfeatures, die Kontingentierung der Anzahl SMS und die Anweisung, eine Armbanduhr zu tragen.

Quelle: [www.jugendundmedien.ch](http://www.jugendundmedien.ch)

