

Kenntnisse zu Lebenswelten als Grundlage zu Prävention

Manfred Zentner

Donau-Universität Krems, Department Migration und Globalisierung

PH-Niederösterreich

PEYR – Pool of European Youth Researchers



Ablauf

- Freizeit – Freizeitbeschäftigung Jugendlicher
- Gesellschaftliche Entwicklungen – Herausforderungen für pädagogische Arbeit
- Individualisierung – Freiheiten und Verlust der Sicherheiten
- Jugendkulturen

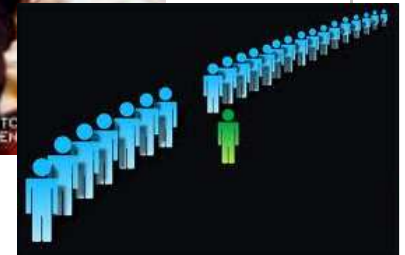


Gesellschaftliche Entwicklungen



Wer will schon erwachsen sein?

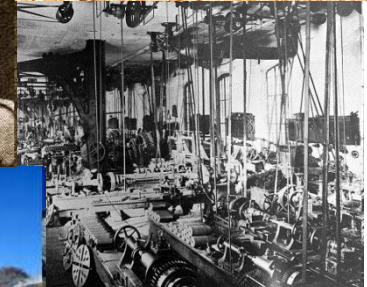
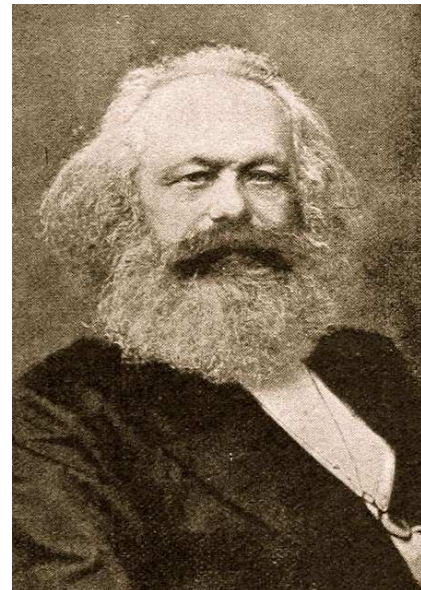
- Jugendkult heißt keineswegs, dass es Jugendliche heute leichter hätten als früher.
- Erwachsen-Werden heißt:
 - Eigene Persönlichkeit bilden
 - Ausbildung abschließen und in den Arbeitsmarkt eintreten.
 - Haushalt der Eltern (Familie) verlassen und eine eigenen bilden
 - Partnerschaft resp. sexuelle Identität
 - Autonomie
- Die Jugendphase beginnt früher und endet später.





Gesellschaftlicher Wandel

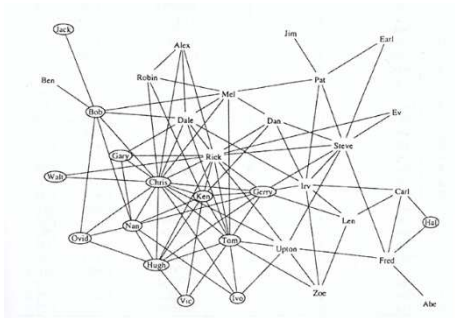
- **Verschwinden der unumstößlichen Wahrheiten:** Welterklärungsmythen (Politik, Religion, etc) werden durch Diskurs ersetzt.
- **Richtungsoffenheit:** Grundidee der Moderne war der Fortschritt und die damit verbundene Verbesserung, jetzt ist Skepsis angesagt
- **Risikogesellschaft:** eine Reihe nicht beeinflussbarer Gefahren bedrohen alle Menschen - Klimakatastrophe
- **Neugewichtung von Arbeit und Freizeit:** Identitätsfindung in der Leistungsgesellschaft
- **Globalisierung und Netzwerke:** neue Formen der Verbundenheit





Globalisierung und die transkulturelle Realität

- alltägliches Leben und Handeln in Netzwerken
- “Ortlosigkeit” von Gemeinschaft, Arbeit und Kapital
- Wahrnehmung des transkulturellen Anderen im eigenen Leben
- ökonomische Konzentration unabhängig von Staaten
- transnationale Kultur- und Medienindustrie (MTV)





Institutionen werden in Frage gestellt

- Nicht alle gleich behandeln, sondern individuelle Bedürfnisse und Rahmenbedingungen sollen berücksichtigt werden.
- Selbstverwirklichung und Individualität scheinen in den Institutionen nicht möglich und durch sie beschränkt.
- Angst vor dem Verlust von freien Entscheidungsmöglichkeiten in den Institutionen.





Das Individuum wird zentraler Bezugspunkt

- Die einzelnen Individuen stellen sich in den im Mittelpunkt, freigesetzt aus den traditionellen Gruppen.
- Die einzelnen gewinnen neue Freiheiten, aber traditionelle Sicherheiten gehen verloren.
- Individualität als Pflicht: Erfinde dich täglich neu - ohne Modell oder Vorbild
- Neue Gemeinschaftsformen entstehen, die aber nicht durch strikte Bindungen, sondern durch gemeinsame Interessen, charakterisiert sind.
- → Ästhetisierung des Lebens und Inszenierung von Zugehörigkeit.





Inszenierungsgesellschaft



Ästhetisierung der Gesellschaft

Wichtiger als die Dinge selbst ist die Art und Weise wie sie arrangiert sind. Die Form kommt vor dem Inhalt.

„Die spezifisch ästhetische Lust bezieht sich beispielsweise auf das **Arrangement von Speisen** – statt auf deren Substanz, oder den **Vollzug der Liebe** statt der Triebbefriedigung, oder auf die **Form der Rede** – anstelle dessen Inhalt.“ (Wolfgang Welsch, Grenzgänge der Ästhetik)

Objekte werden mit „magischen Kräften“ ausgestattet: Fetischbildung





Selbstvermarktung in der Konsumgesellschaft

- Konsum als Kultivierung des Lebens, Leben als Inszenierung der Schönheit.
- „**Die Aufgabe des Konsumenten und das Hauptmotiv, das sie dazu bringt, unablässig dem Konsum zu frönen, ist folglich die Aufgabe, sich aus der grauen und langweiligen Unsichtbarkeit und Nichtigkeit empor zu stemmen [...].**“
- „**Konsum ist eine Investition in alles, was für den „sozialen Wert“ und das Selbstwertgefühl des Individuums von Bedeutung ist.**“
- Konsum wird zur Selbstverwirklichung und Selbstvermarktung!

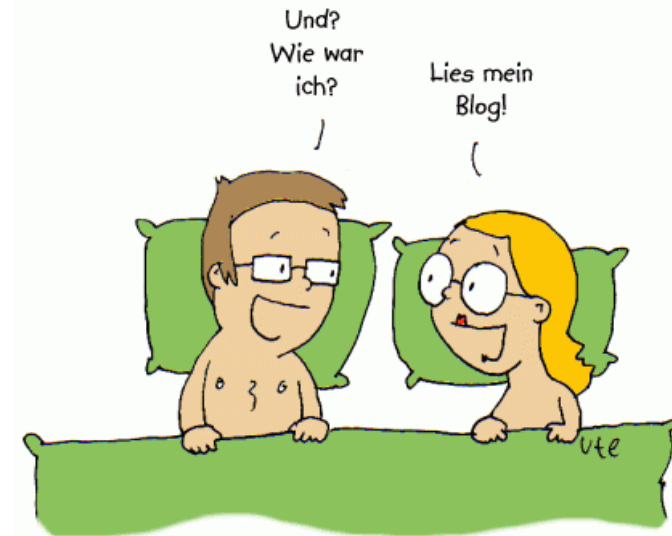


Bauman, Zygmunt: Leben als Konsum, Hamburg 2009

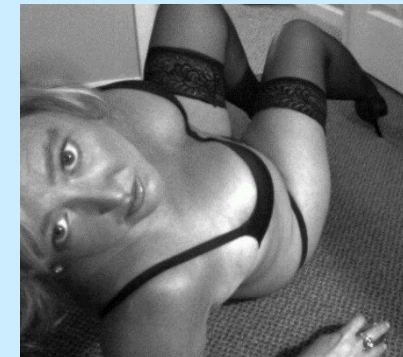


Selbstdarstellung in Ort- und Zeitlosigkeit

- Spiel mit der Identität überall und gleichzeitig
- Berufliche Nutzung der Virtualität.
- Zusammenführen von Privatem und Öffentlichkeit.
- Bsp. Partnerbörsen: Darstellung der eigenen Person ist am Markt orientiert.



age: 43
gender: Female
about me: here to vote not single
....thank you I appreciate all your votes





Lebensstile als Gruppenkennzeichen

- **Übergang vom Massenkonsum zur individuellen, identitätsverstärkenden Aneignung ästhetisch aufgeladener Markenartikel.**
- **Lebensstile zeigen sich**
 - Expressives Verhalten: Freizeitaktivitäten, Konsum
 - Interaktives Verhalten: Geselligkeit, Heiratsverhalten,
 - Kognitives Verhalten: Wahrnehmung
 - Evaluatives Verhalten: Wertorientierung





Übung

- Wahrnehmung von Lebensstilen:
 - In der Gesellschaft
 - In Familie
 - Im Freundes- bzw. Bekanntenkreis
 - Bei mir selbst



Jugendliche Lebenswelt





Neubewertung der Bildung

„Bildung kommt von Bildschirm und nicht von Buch, sonst hieße es ja Buchung.“ (Dieter Hildebrandt)

- Markt der Bildungsinstitutionen: Bildung findet auch woanders statt.
- Bildung ist ziel- und auf den Nutzen gerichtet – und dieser Nutzen heißt: Beschäftigungsfähigkeit.
- Bildungsdilemma: Ohne gute Ausbildung hat man keine Chance auf einen Job, mit ihr aber keine Garantie!
- Bildungskarrieren werden in immer jüngeren Jahren geplant.





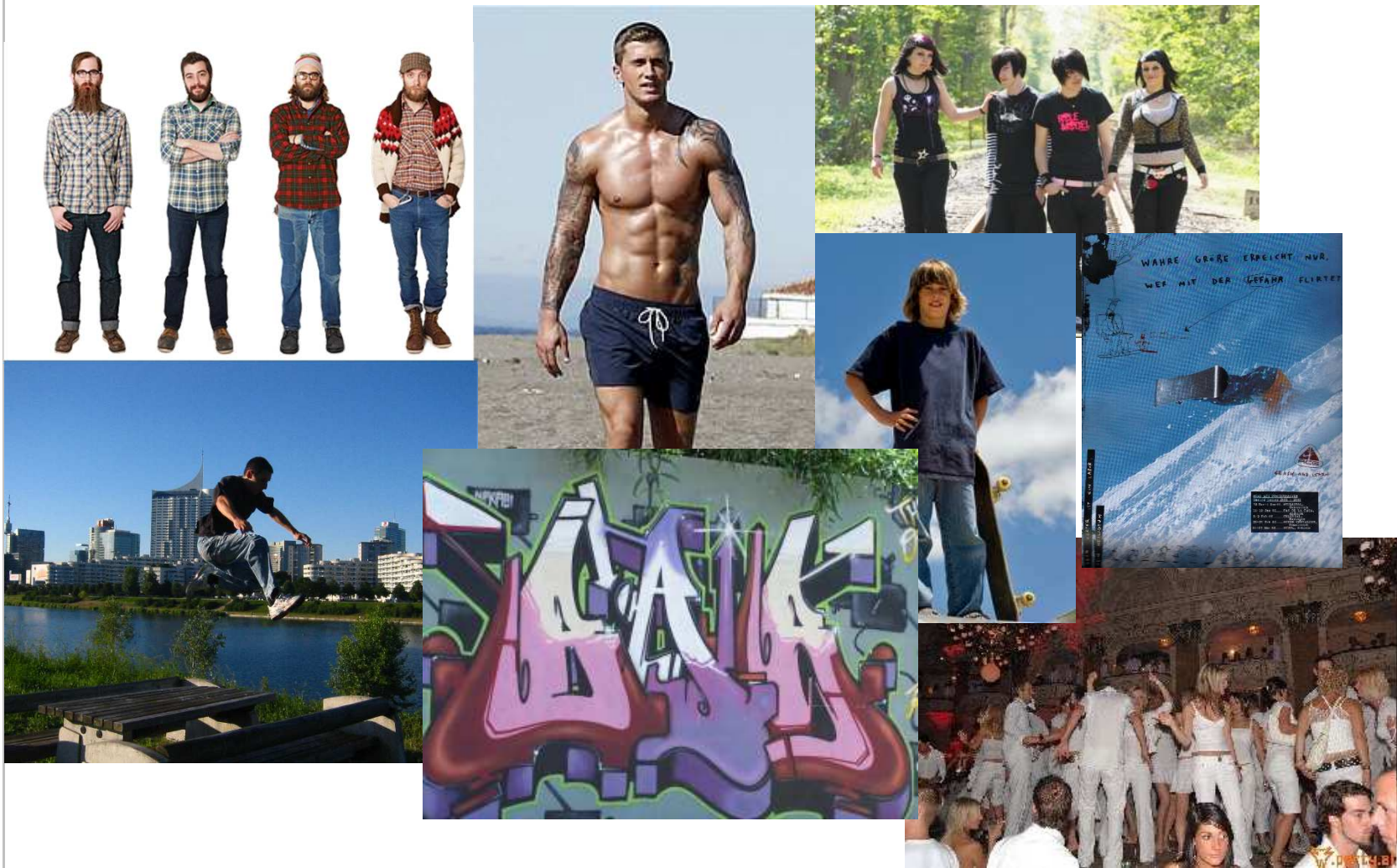
Bildung und Arbeitsmarkt – Übergänge?

- (Aus)Bildung wird wichtiger – aber welche?
- Übergänge sind nicht mehr einmalige Ereignisse – das kann recht kompliziert werden:
 - Von der Schule in den Beruf und auch wieder gleich in die weiterführende Ausbildung
 - Übersiedlung in andere Berufsfelder, in andere Städte/Länder,
 - neue Arbeitswelten, neue Familienwelten?
 - Leben und arbeiten im www?
- Mobilität ist ein Eliteprojekt – Flexibilität das Muss für alle?





Selbstdarstellung und Identitätsfindung in Jugendkulturen





Szenen: die Lebensstile der Jugendlichen

- Individualistische Identität mit dem Eingehen „starker Bindungen“ oft unvereinbar:
- **Szenen sind thematisch fokussierte Netzwerke von Personen, die bestimmte materielle und/oder mentale Formen der kollektiven Stilisierung teilen und Gemeinsamkeiten an typischen Orten und zu typischen Zeiten interaktiv stilisieren und weiterentwickeln**
- Vergemeinschaftung als ästhetisches Prinzip?



Ronald Hitzler, Thomas Bucher, Arne Niederbacher: Leben in Szenen. Formen jugendlicher Vergemeinschaftung heute. VS Verlag für Sozialwissenschaften (Wiesbaden) 2005. 2., aktualisierte Auflage.



Drei Säulen einer Szene

Situationen, Orte, Zeit, Medien, Events, ..

**HipHop, Snowboard, Techno, House, Rock, Skateboard,
Streetball, Alternative, Skinheads, Punk, Fitness,
Gothic, Hard Core, Veganer, Fussballfans, ...**

Expression

Musik,
Kleidung,
Sport,
Aussehen,
Frisur, Gestik
SYMBOLS

Einstellung

Haltung,
Verhalten,
gemeinsame
Philosophie,
Werte

Beziehung

Gruppe
Bindung,
Individuum
vs.
Masse,

Sozio-ökonomischer Hintergrund

**Herzlichen Dank für die
Aufmerksamkeit**