

Jugendkultur

Wer aufmerksam die Jugendszene in ihren Entwicklungen verfolgt, bemerkt vielfältige Signale, in denen junge Menschen versuchen, sich von den Erwachsenen abzusetzen und ihre zeittypische Eigenart zu äußern. Was sich dann in diesem Bereich an Knöpfen (Buttons), Aufschriften, Aufklebern, Bildern, Kleidung und Haartracht entwickelt hat, faßt die Jugendsoziologie unter dem Begriff der „Accessoires“ zusammen. Diese Accessoires haben unterschiedliche Funktionen, geben einige Antworten auf Fragen, die Erwachsene und Erzieher an die junge Generation stellen, lassen aber auch einige, nicht unwichtige Fragen offen.

Die bunte Vielfalt der Accessoires signalisiert Standpunkte. In den Knöpfen und Aufschriften beziehen junge Menschen ihre Positionen, seien es politische, seien es lebensgeschichtliche – und das ist gut so. Daß es dabei auch Widersprüche geben kann, wenn wundert es! In diesem Feld ist neben den Aggressionen – bei den Punks – auch die sanfte Anpassung – bei den Poppers – nicht zu übersehen. Auf jeden Fall zeigen junge Menschen in all dem Fahne und Farbe. Daß dies teilweise geschieht, um zu provozieren, ist unbestritten; daß es auch geschieht, um dadurch in eine Gemeinsamkeit mit jenen Fans zu finden, die der gleichen Meinung sind, und um dadurch Isolation und Anonymität zu überwinden, ist ebenso offensichtlich. Signale der Verständigung, der Herausforderung, der Übereinstimmung. Was sagen diese Accessoires als neuer Stil über eine junge Generation überhaupt? Sind es nur die bekannten „Ausbruchsversuche“ (St. Cohen, L. Taylor)?

Accessoires beantworten auch Fragen. Nämlich die Fragen nach den geheimen Träumen, nach den Sehnsüchten, die in der Alltagskultur nicht erfüllt sind, nach den tiefen Wünschen junger Menschen von heute; Träume von fernen Stränden, von Schiffen, von Kämpfen, von Destruktion, von Tod und von Liebe. Da wird nicht nur alterstypischer Idealismus, da wird nicht nur eine geschlechtstypische Träumerei greifbar. Es scheint auch der Protest durch gegen eine Gesellschaft, die in Beton und Bürokratie keinen Raum für Träume läßt, die Identität eher verhindert als ermöglicht. In oft sonderbaren Formen, Formulierungen und Farben bricht nichts anderes durch als das tief menschliche Verlangen, ich selbst zu sein, unverwechselbar und einmalig.

Es geht um die einmalige Person – und gerade an dieser Stelle stößt man auf einen großen Widerspruch; denn die Zeichen dieser Einmaligkeit werden selten kreativ erfunden; sie werden weithin von einem eigenen Markt angeboten; die Identität scheint käuflich. Die warenästhetische Vermarktung bricht rücksichtslos in den Bereich der Ichfindung ein. Trifft dies in der Tat zu? Oder ist das wiederum nur die Unterstellung eines Erwachsenen, der mit seinen Begriffen von Jugend, Person

und Identität an die Nachkommen herantritt und sie notwendigerweise mißverstehen muß?

Damit sind wir schon bei den bleibenden Fragen. In der Studie „Näherungsversuche. Jugend '81“ (Opladen 1983) führt Jürgen Zinnecker aus: „Accessoires lassen sich als Vorhut einer Umwandlung der industriekapitalistischen Gesellschaft puritanischer Prägung in einen hedonistischen Industriekapitalismus verstehen, in dem die Warenästhetik und der bloße Konsumschein den Ton angeben. Die Jugendkultur als Vorhut dieser Entwicklung.“ Diese Interpretation sagt: Fassade trägt zum Aufbau von Identität bei; Lustorientierung fördert die Selbstverwirklichung; eine neue Gesellschaft entwickelt sich, in der von der Person anscheinend nur die Larve übrigbleiben wird. Ist dies die Zukunft? Sind die jungen Menschen wirklich die Vorhut einer solchen Gesellschaft, die dann in der Tat für „1984“ befürchtet wird? Eine Gesellschaft der Manipulation, der Veräußerlichung, der „ichlosen Ichhaftigkeit“? Eine Gesellschaft, in der Begriffe wie Sinn, Religion, Glaube allein schon deshalb abhanden kamen, weil sie in purer Anpassung nicht zu verwirklichen sind?

Die Frage ist nicht entschieden, das Problem bleibt bestehen; denn am Ende seiner Untersuchung schreibt J. Zinnecker: „Die Ansprüche an den einzelnen, eine unverwechselbare Identität zu entwickeln, sind historisch gewachsen. Vor dem Hintergrund einer medialen Glitzerwelt und höchst differenzierter urbaner ‚Szenen‘ und Lebensstile gilt es, den Traum und die Idee davon, was man und wie man als Person sein könnte, glaubhaft zu entfalten. Eine historisch höhere Stufe der Individualität oder verzweifelter Verteidigungskampf verwalteter und medial umstellter einzelner um ein bißchen Eigenraum?“

In dieser Alternative wird immer noch festgehalten: Die „Person“ ist unterwegs, eine neue Form und eine neue Art ihrer Darstellung zu finden. Ob junge Menschen Person und Persönlichkeit werden, wird dann aber anderswo entschieden als auf dem „Markt der Knöpfe“. Es wird entschieden auf dem Forum der Köpfe, jener profilierten Zeitgenossen, die sich nicht vermarkten lassen und die aus der Unterscheidung heraus in Anpassung und Widerstand sich und ihre Einmaligkeit retten. Was sie dabei an Sinn und Glaube retten, werden sie immer für andere retten oder auf Kosten anderer – junger Menschen – verlieren. Die Zukunft der Generationen wird nur die eine und die gemeinsame sein können.

Roman Bleistein SJ