

Tekst 8

Das Ende der Jugendkultur

(1) Die Jugend zeigt präzise, wie es um die Gesellschaft bestellt ist. Deshalb widmen sich Sendungen im TV, die von früheren Jahrzehnten erzählen, zu großen Teilen der Jugendkultur, um eine Epoche ins Bild zu bringen. Die 60er Jahre werden an kreischenden Mädchen im Beatles-Konzert und an Woodstock entlang erzählt, die 70er an Rock und Punk, die 80er an HipHop und Pop. Mitte der 90er Jahre endet die Erzählung von der Jugendkultur als Universalkultur des Aufbruchs, etwa zeitgleich mit dem Selbstmord des Nirvana-Sängers Kurt Cobain am 5. April 1994. Wer heute wissen möchte, wie Jugend tickt, muss lange suchen. Was im Umkehrschluss bedeutet: Wer heute jung ist, hat es schwer, Möglichkeiten der Abgrenzung zu finden.

(2) Eine „geradezu verzweifelte Vereinzelung“ beobachtet Wolfgang Kaschuba unter heutigen Jugendlichen. „Viele suchen nach einer Gruppenform“, sagt der Professor für Europäische Ethnologie an der Humboldt-Uni Berlin. Früher fand man sie vor allem über die Musik, die privilegierte Ausdrucksform von Jugendlichkeit. Die Gruppen und Milieus definierten sich bis vor etwa 15 Jahren über Stile wie Punk, kleideten sich in die Codes der jeweiligen Gemeinschaft und bedeuteten damit jedem: Wir sind anders als die. Wobei mit „die“ wahlweise Eltern, Lehrer, verfeindete Gruppen oder überhaupt der ganze Staat gemeint waren. „Dieses Wechselspiel von Zuordnung und Differenz ist maßgeblich für die Entstehung von Jugendkultur“, sagt Wolfgang Kaschuba, „aber es funktioniert nicht ohne den Zusammenschluss zu einem Wir.“ Das Dilemma heute: Vielen Jugendlichen gelingt die Zuordnung nicht mehr, nur mehr die Abgrenzung. Für sie gibt es nur noch das „Die“. In der prekären Grauzone zwischen Kindheit und Erwachsensein fehlt oft die Geborgenheit durch Gleichgesinnte.

(3) Ein Grund für das Ende von Jugendkultur als gemeinschaftlichem Erleben ist der Zugriff des Marketings auf die Subkultur. Alles Neue und also alle Möglichkeiten, sich kreativ abzugrenzen, werden sofort aufgespürt und unmittelbar vermarktet. Beispiel Graffiti-Kunst: Um bei einer jungen Zielgruppe Glaubwürdigkeit zu erreichen, warb Sportartikelhersteller Nike zur Fußball-WM 2006 in Berlin mit seinem auf Wände gesprühten Logo. Die Kampagne war als solche nicht zu erkennen, sie wirkte wie von Jugendlichen illegal gesprayt. „Jugendkultur ist heute eine medial gelebte Kultur“, sagt Wolfgang Kaschuba. „Deshalb ist es für Jugendliche auch schwer zu unterscheiden, was echt ist und was falsch.“

Rheinische Post

Tekst 8 Das Ende der Jugendkultur

- 1p **29** Was geht aus dem 1. Absatz hervor?
- A** Das Fernsehen hat der heutigen Jugend nichts mehr zu bieten.
 - B** Die Jugend zeigt weniger Engagement für die Gesellschaft.
 - C** Seit dem Selbstmord von Kurt Cobain ist die Jugend aggressiver als je zuvor.
 - D** Unter Jugendlichen ist keine deutlich gemeinsame Kultur mehr erkennbar.
- 1p **30** Welche Aussage über die heutigen Jugendlichen stimmt dem 2. Absatz nach?
- A** Sie interessieren sich immer weniger für Musik.
 - B** Sie leiden unter der Individualisierung in der Gesellschaft.
 - C** Sie passen sich eher an Staat, Eltern und Schule an.
- 1p **31** Was stellt der Verfasser im 3. Absatz fest?
- A** Die heutige Jugend ist so konsumorientiert wie noch nie zuvor.
 - B** Die Jugend interessiert sich nur noch für Markenartikel.
 - C** Die Werbung nimmt der Jugend die Ausdrucksformen ab.
 - D** Sport und Werbung haben heute eine zu enge Verbindung.