



# Identität und Herkunft

Manfred Zentner

Donau-Universität Krems, Department Migration und Globalisierung

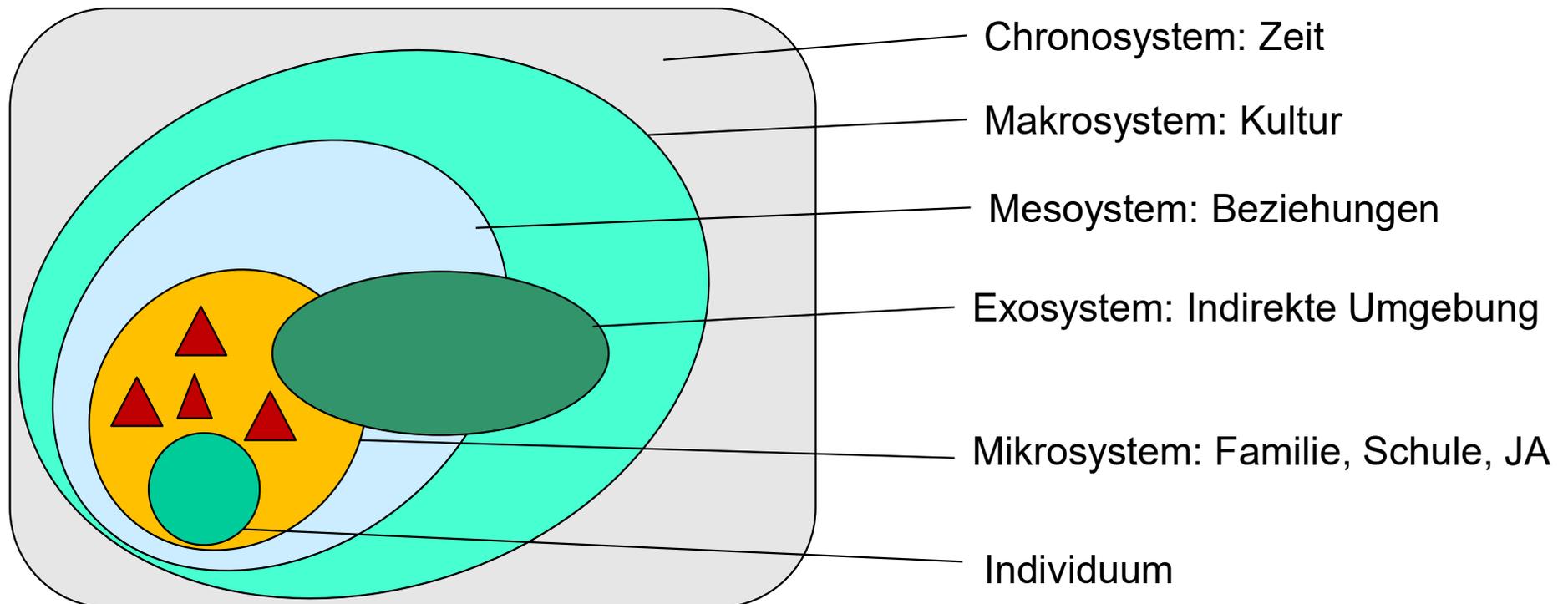
IES Vienna

PEYR – Pool of European Youth Researchers



## Aufmerksamkeit auf alle Institutionen

- Neben Familie (erster Ort) und Schule/Beruf (zweiter Ort) stellen Angebote des außerschulischen Bereichs (dritter Ort) die dritte wesentliche Sozialisationsinstanz dar.
- Uri Bronfenbrenners Ökosystemischer Ansatz





## Das Individuum wird zentraler Bezugspunkt

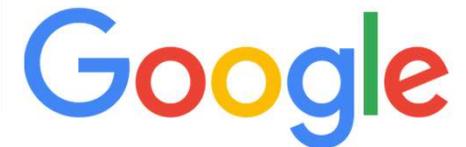
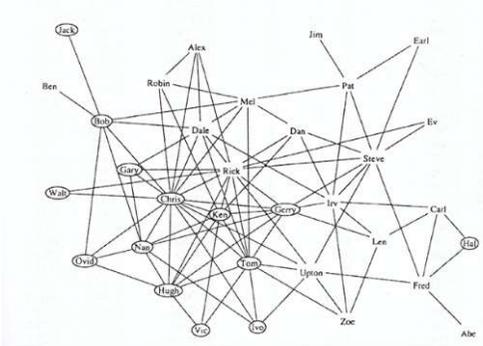
- Die einzelnen Individuen stellen sich in den im Mittelpunkt, freigesetzt aus den traditionellen Gruppen.
- Die einzelnen gewinnen neue Freiheiten, aber traditionelle Sicherheiten gehen verloren.
- Individualität als Pflicht: Erfinde dich täglich neu - ohne Modell oder Vorbild
- Neue Gemeinschaftsformen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





## Jugend in globalisierten transkulturellen Umwelten

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





## Jugendliche leben in der inszenierten Wirklichkeit

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

**Schein wird Sein!**

Der Mehrwert von Produkten /Aktivitäten / Meinungen ermöglicht Investitionen in die eigene Persönlichkeit zur Steigerung des eigenen (Markt)Werts.

Objekte und Symbolhandlungen werden mit „magischen Kräften“ ausgestattet.





## 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



## Auf(ge)wachsenen in der neuen Mediengesellschaft

- Ominpräsenz der Information
- User-created content
- Konvergenz der Medien
- Smartphones machen neue Mediennutzung möglich
- „Virtualität“ als Hauptbestandteil der Realität
- Netzwerkgesellschaft führt zu parallelen Machtstrukturen, Kontroll- und Befreiungsmechanismen.
- Fake news and alternative facts





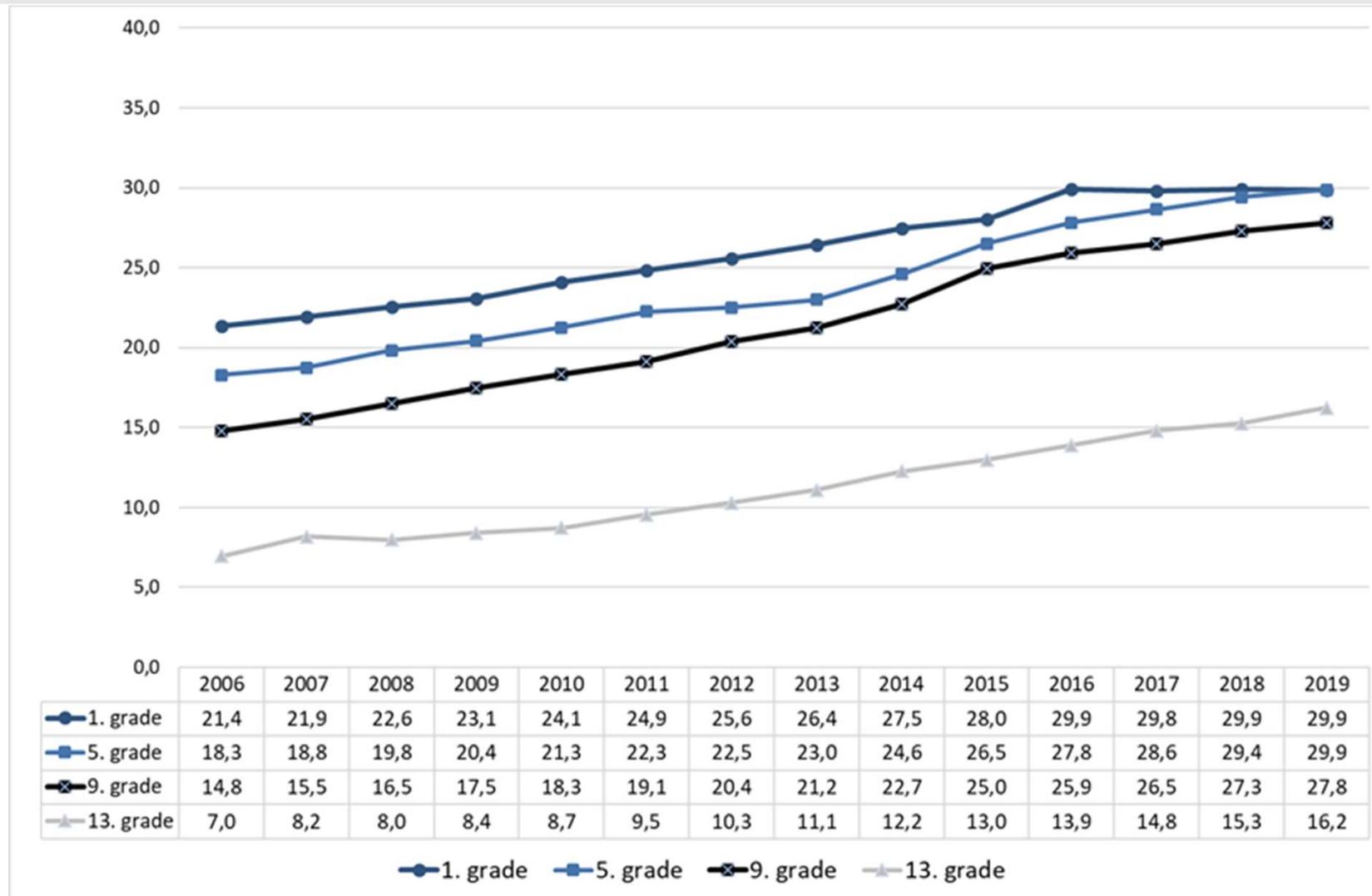
## Marktgerechte Selbstdarstellung in Ort- und Zeitlosigkeit

- Spiel mit der Identität und ihren Facetten überall und immer.
- Zusammenführen von Privatem und Öffentlichem.
- Verschiebung der Tabugrenzen und ständige Suche nach Anerkennung.
- Ein  sagt mehr als tausend Worte!





## Anteil der SchülerInnen nach Umgangssprache und Schultyp



Quelle: Statistik Austria, Schulstatistik, Angaben in Prozent, Darstellung DUK



## Jugendkultur als Subkultur zur Identitätskonstruktion

- Kultur als eine Praktik, die Gruppenleben in sinnvoller Form realisiert oder objektiviert.
- Sub-Kulturen sind Untergruppen – kleiner, stärker lokalisiert und differenzierter – innerhalb eines größeren kulturellen Netzwerks. Sie sind Teil eines breiteren klassenkulturellen Netzwerks.
- Sub-Kulturen sind von ihren Eltern-Kulturen (Achtung: nicht „Kultur der Eltern“) unterscheidbar.
- Fokussiert auf bestimmte Aktivitäten, Werte, Nutzung von Artefakten, Raum etc.



Quelle: Der Tagesspiegel, dpa 27.4.2015



Quelle: flickr, 5chw4r7z



# 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



## z.B. Fitness-Szene: Körperkult und Leistungsdenken

Gesellschaft räumt dem Körper große Aufmerksamkeit ein.

Der Körper als Garant von Individualität

Botschaft: Ich schaffe das.





## Protestkultur: Fridays for Future

- *Greta ist eine ganz eine Nette!*
- FFF ist die wichtigste und größte gesellschaftspolitische Bewegung der letzten Jahrzehnte!
- Jugendliche versuchen durch Institutionalisierung einer individualisierten Protestaktion alte PolitikerInnen von eingefahrenen Politikwegen zu lotsen!
- Getragen von Mittelschicht und Bildungsschichten – Problem der Elitenbildung





## Protestkulturen? – Islamisten, Rechte, Identitäre, Linksextreme



- Gegenkulturen als Flucht aus dem Mainstream.
- Die Jugendlichen zeigen ihre Ablehnung der „Gesellschaft“ und genießen ihr Außenseiterdasein.
- Die Anerkennung finden sie in ihrer Freundesgruppe!





## Jugendkulturen der Phantasie: Cosplay - Manga

- Ein alternatives Selbst – neben oder statt der eigenen langweiligen(?) Identität.
- Otaku – Abkehr von der Außenwelt, die als feindlich wahrgenommen wird (Hikikomori)
- Manga als Ausdrucksform und Sehnsuchtsort





**Herzlichen Dank für die Aufmerksamkeit**