

Dazu stehe ich!

HALTUNGEN JUGENDLICHER IN EINER HERAUSFORDERNDEN ZEIT

Von Susanne Eggert *Me Too, Black Lives Matter, Fridays for Future: Deutlicher als die Generation davor formulieren junge Menschen heute ihre Ansprüche an die Zukunft. Wie kommt es, dass Jugendliche als relativ kleine gesellschaftliche Gruppe gerade in der heutigen Krisenzeit ihre Themen und Anliegen öffentlich kundtun? Die Medien, allen voran die sozialen Netzwerke, bieten ihnen Angebote für die Ausgestaltung des persönlichen Werte- und Normensystems. Im Rahmen eines partizipativen Medienhandelns sind Medien unter anderem Werkzeuge zur Meinungsäußerung, Jugendliche können eigene Vorstellungen unmittelbar einer (Teil-)Öffentlichkeit präsentieren und austesten.*



„Sie ist politischer als ihre direkten Vorgänger. Die heute über 20-Jährigen aus der Generation Y sind großen politischen Auseinandersetzungen noch aus dem Weg gegangen. [...] Heute diskutieren Jugendliche dagegen wieder verstärkt mit den Eltern über die richtige Politik im Allgemeinen und über Flüchtlinge oder Klimakrise im Besonderen“¹ Dies ist eines der Charakteristika, mit denen Klaus Hurrelmann und Erik Albrecht in ihrem „Porträt der Generation Greta“² die nach 2000 geborenen Jugendlichen und jungen Erwachsenen in Deutschland und damit diejenigen, die auf die Generation Y folgen, beschreiben.

Namensgeberin für die ‚Generation Greta‘ ist die schwedische Schülerin Greta Thunberg, die 2018 als 15-Jährige beschlossen hatte, die Welt mit einem Schulstreik darauf aufmerksam zu machen, dass ihre Generation unverschuldet unter den negativen Auswirkungen des derzeit praktizierten rücksichtslosen und kurzsichtigen Umgangs mit dem Weltklima würde leiden müssen. Greta Thunberg blieb mit ihrem Streik nicht lang allein. Fridays for Future (FFF), die globale Bewegung von Kindern und Jugendlichen für ihre Zukunft, war geboren und Anfang 2019 schlossen sich ihr Schüler:innen aus ganz Deutschland an und gingen fortan Woche für Woche freitags während der Schulzeit auf die Straße, bis sie in ihrem Engagement durch die Corona-Pandemie gestoppt wurden. Dass sie dafür Schulverweise und andere Strafen in Kauf nahmen, zeigt, wie wichtig es den jungen Menschen war, ihre Haltung zu diesem Thema zu demonstrieren.

JUGENDLICHE ZEIGEN HALTUNG

Das Klima blieb nicht das einzige Thema, das FFF in den Blick nahm. Zwar stand und steht nach wie vor die Sorge um den Klimawandel im Vordergrund bei allen Aktivitäten von FFF, aber gleichzeitig weisen die jungen Aktivist:innen darauf hin, wie die aktuelle Klimapolitik sich auf unterschiedliche Sektoren wie die Landwirtschaft, Nachhaltigkeit, globale Arbeits- und Lebensbedingungen usw. auswirkt. Die Ziele von FFF sind damit nicht allein Klimaschutzziele, sondern es sind sozialpolitische Anliegen, für die die Kinder und Jugendlichen sich stark machen.

Gretas Initiative fiel in eine Zeit, die reif für eine globale Bewegung von Kindern und Jugendlichen war. Der Untertitel der 18. Shell Jugendstudie von 2019 lautete: „Eine Generation meldet sich zu Wort“³ und in der Zusammenfassung der zentralen Punkte der Studie wird darauf hingewiesen, dass die derzeitige junge Generation sehr viel deutlicher ihre Ansprüche an die Gestaltung der Zukunft der Gesellschaft, die insbesondere ihre Zukunft ist, formuliert.

Diese Entwicklung lässt sich schon seit längerem beobachten. Während um die Jahrtausendwende etwa jede:r dritte Jugendliche ein Interesse an Politik und politischen Themen äußerte, ist es laut Shell-Studie heute fast die Hälfte (45 %) und darunter ein vergleichsweise

hoher Anteil an „sehr“ Interessierten. „Und damit nicht genug: In der jungen Generation der 12- bis 25-Jährigen „ist Politik wieder hip geworden. 35 Prozent sagen, es sei ‚in‘, sich auch aktiv einzumischen.“⁴

Die junge Generation zeigt also „Haltung“. Aber was bedeutet das eigentlich? Was meinen wir, wenn wir von „Haltung“ sprechen? Eng verknüpft mit der Haltung einer Person sind deren Einstellungen und Überzeugungen, denen wiederum das persönliche Werte- und Normengefüge zugrunde liegt.⁵ Eine Haltung kann sich dabei sowohl auf die eigene Person wie auch auf andere beziehen sowie auf die Welt und deren Phänomene. Dabei bezeichnet die Haltung laut der Philosophieprofessorin Frauke Kurbacher die „grundlegende Bezüglichkeit, die immer eine Wechselwirkung aus den Bezügen zu Anderen, Selbst und Welt ist.“⁶

Mit meiner Haltung bringe ich also zum Ausdruck, dass ich in einem bestimmten Bezug zu einer Person oder zu einem Thema stehe. Der Verweis auf die „Wechselwirkung“ macht deutlich, dass sich eine Haltung auch ändern kann, wenn es beispielsweise eine Änderung bei der Person oder dem Gegenstand gibt, auf die sich die Haltung bezieht. Konkret könnte dies bedeuten, dass die Politik Maßnahmen ergreift, die dazu beitragen, das Ziel einer Erderwärmung von max. 1,5 Grad zu erreichen, beispielsweise, indem bis 2030 alle Kohlekraftwerke stillgelegt werden.⁷ Damit wäre der Kampf von FFF für dieses Klimaziel gewonnen und folglich sind bestimmte Handlungen der Bewegung nicht mehr notwendig. Hiermit kommt nun ein weiterer zentraler Begriff ins Spiel, der unauflösbar mit Haltung verbunden ist: das Handeln. Dieses ist der Haltung immanent und beschreibt (implizite) Strategien mit einem Ziel.⁸ Dem Handeln liegt also eine Haltung zugrunde, die diesem wiederum eine Richtung gibt und dadurch sichtbar (gemacht) wird.

Zusammengefasst lässt sich also sagen, dass eine Haltung

- auf Einstellungen, Überzeugungen und persönlichen Werten basiert,
- den persönlichen Bezug zu sich selbst, zu anderen Personen oder zur Welt zu einem bestimmten Zeitpunkt darstellt und
- sich im Handeln ausdrücken kann.

Wie häufig informierst du dich über politische Themen?

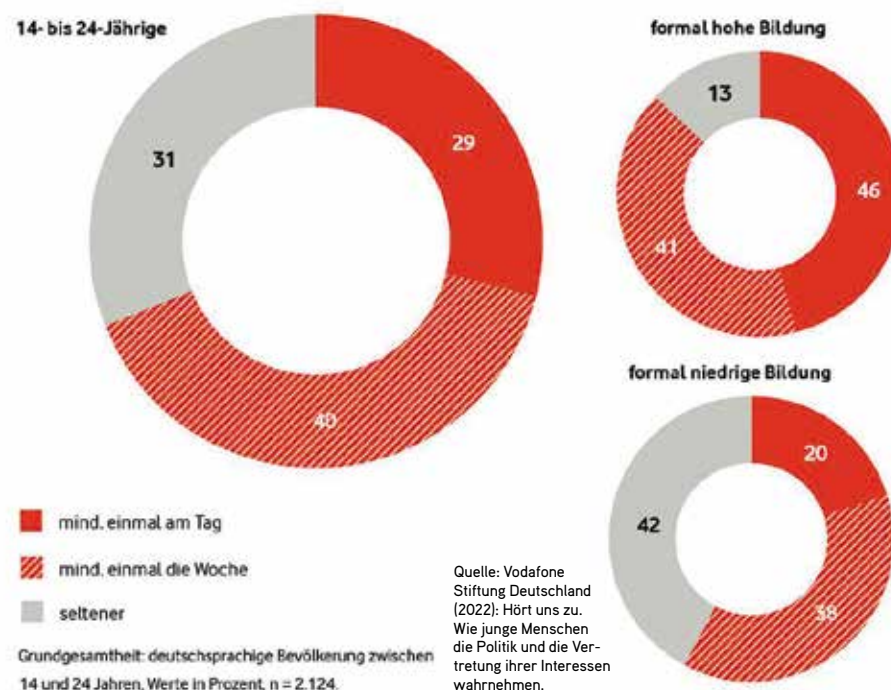




Foto: Fridays for Future Deutschland / Jonathan Knodel

Auffallen durch Originalität – Fridays for Future macht die Probleme der Zeit augenfällig. (Hamburg / März 2021)

MEINUNGSSTARK IN KRISENZEITEN

Jugendliche zeigen ihre Haltungen heute deutlicher als in den vergangenen Jahrzehnten. Das ist ein Merkmal der Generation Greta. Dabei lässt sich diese Generation nicht über einen Kamm scheren. Die FFF-Anhänger:innen sind nur ein – wenn auch beachtlicher – Teil der seit 2000 Geborenen. Auch die Themen der Jugendlichen und jungen Erwachsenen, zu denen sie sich in einem Bezug sehen und sich in Bezug setzen, sind vielfältig. So sind beispielsweise die Corona-Pandemie und ihre in diesem Zusammenhang erfahrenen Einschränkungen wie auch die Erwartungen an ihre Generation ein wichtiges Thema, zu dem sich Jugendliche positionieren und verhalten, indem sie sich in Diskussionen begeben (z.B. in der Familie oder im schulischen Kontext), auf die Straße gehen und an Demonstrationen und Kundgebungen teilnehmen, wie auch Forderungen an die Politik stellen.

Im Vergleich zur gesamten Lebensdauer ist die Jugendphase relativ kurz. Gleichzeitig sind die Jugendlichen gefordert, in dieser Zeit ungleich mehr Entwicklungsaufgaben zu erfüllen.⁹ Dabei geht es insbesondere darum, eine eigene Ich-Identität auszubilden, die aus einer persönlichen und einer sozialen Identität besteht, die miteinander in Einklang gebracht werden müssen.¹⁰ Ihre Entwicklungsaufgaben bearbeiten die Jugendlichen in Auseinandersetzung mit ihrer sozialen Umwelt. Eine wichtige Rolle spielen dabei Begegnungen mit anderen Menschen, vor allem mit der Peergroup, mit der sie sich messen, in der sie sich ausprobieren und ihre Einstellungen und ihre Wertegefüge überprüfen.¹¹ Deutlich zu machen, was es bedeutet, wenn die

Zeit für diese Aufgaben um etwa zwei Jahre verkürzt wird, und die aus ihrer Sicht notwendigen Konsequenzen aufzuzeigen und einzufordern, sind das Ziel, das hinter dem „Corona“-Engagement der Jugendlichen steht.

Zu behaupten, die Jugend habe keine Lobby, wie das in der jüngeren Vergangenheit immer wieder als Schlagzeile zu lesen war, trifft so sicherlich nicht zu. Wenn der Jugendforscher Simon Schnetzer aber sagt, „Die Jugend hat eine schlechtere Lobby.“¹², dann macht er damit deutlich, wie schwierig es für Jugendliche ist, sich und ihren Themen Gehör zu verschaffen. Sie sind zahlenmäßig eine viel kleinere Gruppe als z.B. die ältere Generation (die im Verhältnis zudem immer größer wird), die schon allein dadurch eine starke Präsenz in den gesellschaftlichen Diskussionen hat. Darüber hinaus haben Jugendliche keine Möglichkeit, die Politik als Wähler:innen aktiv mitzubestimmen. Und schließlich überlagern aktuelle Geschehnisse wie der russische Angriffskrieg gegen die Ukraine alle anderen Themen und es ist ungleich schwieriger für die junge Generation, sich (wieder) ins Gespräch zu bringen.

Dass Jugendliche trotz allem ihre Meinung kundtun und sich mehr als frühere Generationen für ihre Themen und Anliegen in der Öffentlichkeit starkmachen, hängt damit zusammen, dass sie sich mit Blick auf ihre Zukunft in einer relativ komfortablen Situation befinden und keine Bedenken haben müssen, eventuell negativ aufzufallen und damit ihre berufliche Zukunft zu gefährden. Um diese nicht aufs Spiel zu setzen, haben die Jugendlichen der vorhergehenden Generationen eher im persönlichen Bereich versucht, Dinge zu ändern, indem sie etwa ihr eigenes Leben umgestellt haben, Bio-Produkte gekauft oder angeregt haben, für den Familienurlaub statt des Autos die Bahn zu nutzen und so ihren CO₂-Fußabdruck zu verringern, oder eine Online-Petition geteilt haben, um sich zu einem Thema zu positionieren. Im Vordergrund stand, dazu beizutragen, dass die Welt besser wird, aber dabei möglichst nicht aufzufallen. Die Generation Greta hat diese Zukunftssorgen nicht. Schon jetzt gibt es



Zeigt klare Kante beim aktuellen Jugendthema Nr. 1.

viel zu wenige potenzielle Auszubildende für die zur Verfügung stehenden Ausbildungsplätze und der Fachkräftemangel ist eines der wichtigsten aktuellen Themen. Somit hat die junge Generation „den Kopf frei für die großen gesellschaftlichen Fragen und kann politisch werden.“¹³

HALTUNG ZEIGEN MIT UND DURCH MEDIEN

Wenn Jugendliche politisch aktiv werden, dann spielen Medien dabei eine wichtige Rolle. Als „Digital Natives“ sind sie von Anfang an mit digitalen Medien aufgewachsen und bewegen sich in einer Lebenswelt, die offline und online angesiedelt ist. Ihr Smartphone ist für die Jugendlichen „das Gerät der Wahl“¹⁴, um sich mit Informationen zu versorgen.

Das haben auch die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten erkannt und sind deshalb mit ihren Angeboten nicht nur auf Facebook und Twitter, sondern auch auf Instagram und YouTube präsent. Digitale Medien dienen den Jugendlichen außerdem dazu, „Unterstützung für ihre Belange zu generieren oder ihren Aktivismus zu koordinieren.“¹⁵

Um noch einmal einen Blick auf Fridays for Future zu werfen: Die Bewegung nutzt das gesamte Spektrum an Medien: Massenmedien wie Fernsehen und Radio berichten über ihre Aktivitäten, führen Interviews und in den Talkshows kommen zentrale Akteur:innen, in Deutschland vor allem Luisa Neubauer, zu Wort. Daneben haben das Internet und die sozialen Medien eine zentrale Funktion. Über ihre Websites, Kanäle und Konten bei Instagram, YouTube oder TikTok veröffentlichen FFF – aber auch andere Organisationen und Gruppierungen, die junge Menschen erreichen möchten – Termine, berichten von Aktionen und informieren und diskutieren über aktuelle Forderungen und Ziele.

Die sozialen Medien haben dabei den großen Vorteil, dass sich hier Aktuelles schnell verbreiten lässt und auf kurzem Weg eine große Zahl an Menschen erreicht wird. Was über die offiziellen Kanäle der Initiativen und Gruppen läuft, wird wiederum von den Adressat:innen geteilt und gelangt so in die jeweils „semiprivaten“ bzw. „semiöffentlichen“¹⁶ Kanäle und Freundeskreise der Jugendlichen, wird dort weiterverarbeitet, kommentiert und diskutiert. In vielen Fällen spielen Bilder und bildhafte Formate hier eine wichtige Rolle. Materna, Lauber und Brügggen stellen fest, dass „Bildkommunikation über Instagram, aber auch über andere Plattformen und Messenger-Dienste, konstitutiv für den jugendkulturellen Austausch und die Identitätsarbeit der Altersgruppe [ist].“¹⁷ Mit Verweis auf Reißmann weisen sie darauf hin, dass Bildmedien beispielsweise herangezogen werden, um Begegnungen und Beziehungen darzustellen oder sich in Jugendkulturen zu verorten.¹⁸

TESTGELÄNDE FÜR (SELBST-)WIRKSAMKEIT

Mit Blick auf die Funktionen, die Medien haben können, ist im Kindes- und Jugendalter die Orientierungsfunktion von besonderer Bedeutung. Hinsichtlich ihrer Identitätsentwicklung und damit verbunden auch der Ausformung einer eigenen Haltung kommen hier verschiedene Aspekte zum Tragen.¹⁹

Da ist zunächst die Bedeutung medialer Angebote für die Ausgestaltung des persönlichen Werte- und Normensystems. Durch die Möglichkeiten der sozialen Medien, sich nicht nur rezeptiv mit unterschiedlichen Wertvorstel-



Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2022), JIMplus

lungen auseinanderzusetzen, sondern sich aktiv zu diesen zu positionieren und mit anderen zu diskutieren, können die Jugendlichen ihre eigenen Vorstellungen unmittelbar einer (zumindest Teil-)Öffentlichkeit präsentieren und austesten. Ein zweiter Aspekt besteht in der Möglichkeit der Selbstdarstellung anhand von Texten und Bildern, die entweder selbst produziert wurden oder auch andere Urheber:innen haben, durch einen Verweis oder das Teilen aber zu sich selbst in Beziehung gesetzt werden. Und schließlich spielen hier die Möglichkeiten der Partizipation eine wichtige Rolle, durch die die Jugendlichen „Selbstwirksamkeit erfahren [wollen], aber auch Wirkkraft in Richtung des Gemeinwesens entfalten.“²⁰

Durch ihr partizipatives Medienhandeln wirken die Jugendlichen „an öffentlichen Diskursen in sozialen Medien mit.“²¹ Aktiv werden sie dabei aber erst, wenn sie einen Bezug zu ihrer eigenen Lebenswelt erkennen. In einer Studie zu politischem Bildhandeln Jugendlicher formulierte ein Jugendlicher das so: „Also, ich beschäftige mich nicht wirklich intensiv mit Politik. Aber wenn es ein Thema gibt, was jetzt gerade in den Medien sehr weit besprochen wird und etwas ist, was mich auch betrifft, dann sage ich auch meine Meinung dazu“²²

RÄUME ÖFFNEN FÜR PARTIZIPATIVES MEDIENHANDELN

Jugendliche nutzen diese Möglichkeit, um ihre Meinung zu äußern und ihre Haltung zu zeigen. Das sind aber längst nicht alle. In der zitierten Studie werden zwei Positionen deutlich. Eine eher zurückhaltende, die damit begründet wird, dass die Jugendlichen glauben, dass 1) ihre Posts sowieso keine große Wirkung hätten, dass 2) das Posten Jugendlicher in sozialen Medien aus ihrer Perspektive eher zur Unterhaltung dient, dass sie 3) die sozialen Medien nicht als Räume wahrnehmen, in denen sie ernsthaft diskutieren können und schließlich, dass sie bei dem Versuch, sich politisch zu äußern, negative Erfahrungen (Beleidigungen, Hassrede, Shitstorms) gemacht haben. Hinter der zweiten Position, die sich in der Studie zeigte, steht die Einstellung „dass jede Stimme halt zählt“ und es aus diesem Grund wichtig ist, sich einzumischen und auch seine Freund:innen zu motivieren, sich zu beteiligen.²³

Medienpädagogik hat die Aufgabe, junge Menschen dabei zu unterstützen, ihr Leben souverän mit digitalen Medien zu gestalten. Dazu gehört

es, ihnen Räume zu öffnen, um am gesellschaftlichen Leben zu partizipieren und eine eigene Haltung zu den gesellschaftlich relevanten Themen und Entwicklungen zu finden und auszuformen und diese auch zu zeigen. Ein erfolgversprechender Weg kann hier beispielsweise die themenzentrierte aktive Medienarbeit sein. Und zwar dann, wenn sie sich auf die Jugendlichen einlässt und auch erkennt, worin Hemmnisse bestehen und diese gemeinsam mit den Jugendlichen bearbeitet.

ANMERKUNGEN

- Hurrelmann, Klaus; Albrecht, Erik (2020). Generation Greta. Was sie denkt, wie sie fühlt und warum das Klima erst der Anfang ist. Weinheim, Basel, S. 70.
- Ebd. S. 9.
- Shell Deutschland (2019). Jugend 2019 – 18. Shell Jugendstudie. Unter Mitarbeit von Mathias Albert, Klaus Hurrelmann und Gudrun Quenzel. Weinheim.
- Hurrelmann, Klaus; Albrecht, Erik (2020), S. 16.
- Vgl. Schwer, Christina; Solzbacher, Claudia; Behrens, Birgit (2014). Annäherung an das Konzept „Professionelle pädagogische Haltung“: Ausgewählte theoretische und empirische Zugänge. In: Schwer, Christina; Solzbacher, Claudia (Hrsg.), Professionelle pädagogische Haltung. Historische theoretische und empirische Zugänge zu einem viel strapazierten Begriff. Bad Heilbrunn, S. 66.
- Kurbacher, Frauke A. (2008). Was ist Haltung? Überlegungen zu einer Theorie von Haltung im Hinblick auf Interindividualität. Beitrag für den Kongress der Deutschen Gesellschaft für Philosophie in Essen 2008. www.dgphil2008.de/fileadmin/download/Sektionsbeitraege/03-2_Kurbacher.pdf, S. 5.
- <https://tridaysforfuture.de/forderungen>
- Kurbacher, Frauke A. (2016). Interpersonalität zwischen Autonomie und Fragilität – Grundzüge einer Philosophie der Haltung. In: Kurbacher, Frauke Anngret; Wüschner, Philipp (Hrsg.), Was ist Haltung? Begriffsbestimmung, Positionen, Anschlüsse. Würzburg, S. 48.
- Hurrelmann, Klaus; Quenzel, Gudrun (2021). Lebensphase Jugend. Eine Einführung in die sozialwissenschaftliche Jugendforschung 11, Weinheim, S. 27ff.
- Vgl. ebd. S. 81.
- Vgl. ebd. 172 ff.
- Vgl. <https://mads.de/jugendforscher-die-jugend-hat-eine-schlechtere-lobby>
- Vgl. Hurrelmann, Klaus; Albrecht, Erik (2020), S. 117.
- Ebd. S. 250.
- Materna, Georg; Lauber, Achim; Brüggens, Niels (2021). Politisches Bildhandeln. Der Umgang Jugendlicher mit visuellen politischen, populistischen und extremistischen Inhalten in sozialen Medien. München: kopaed.
- Ebd. S. 8.
- Reißmann, Wolfgang (2015). Mediatisierung visuell. Kommunikationstheoretische Überlegungen und eine Studie zum Wandel privater Bildpraxis. Baden-Baden.
- Materna, Georg; Lauber, Achim; Brüggens, Niels (2021), S. 168.
- Wagner, Ulrike; Eggert, Susanne (2013). Das Medienhandeln von Heranwachsenden – Konstanten und Veränderungen. Materialien zum 14. Kinder- und Jugendbericht. Online verfügbar unter: www.dji.de/veroeffentlichungen/literatursuche/detailsicht/literatur/16304-das-medienhandeln-von-heranwachsenden-konstanten-und-veraenderungen.html, S. 20 ff.
- Wagner, Ulrike (2017). Engagement und Beteiligung Jugendlicher im Internet. Materialien zum 15. Kinder- und Jugendbericht. Online verfügbar unter: www.dji.de/ueber-uns/projekte/projekte/15-kinder-und-jugendbericht/expertisen-als-pdf.html, S. 14
- Materna, Georg; Lauber, Achim; Brüggens, Niels (2021), S. 83.
- Ebd. S. 86.
- Ebd. S. 89 ff.

Gemeinsam aktiv werden mit Medien und dabei eine Haltung ausformen.

AUTORIN
DR. SUSANNE EGGERT

ist Stellvertretende Leitung der Abteilung Forschung beim JFF – Institut für Medienpädagogik in München. Ihre Forschungsthemen: Familie und Medien, Medien in der frühen Kindheit, Inklusion und Medien, Medienaneignung Heranwachsender.

