

„Wie ticken Jugendliche?“

Schlussfolgerungen für die Suchtprävention aus der Sinus-Jugendstudie

Grundlage des Vortrags sind die Studien des Heidelberger kultursoziologischen Forschungsinstituts Sinus Sociovision. Seit Ende der 1970er Jahre betreibt das Institut Lebensweltforschung. Auslöser war damals ein Problem politischer Parteien. Diese bemerkten, dass die Lebensverhältnisse immer unübersichtlicher wurden. Der „Stammwähler“ war nicht mehr so einfach gemäß seiner sozialen Lage zu bestimmen. Es wurde zunehmend weniger selbstverständlich, dass ein Arbeiter mit eher niedrigem Bildungs- und Einkommensstand die SPD wählte oder dass sich die bäuerlich geprägten Menschen vom Land für bürgerliche Parteien entschieden. Das althergebrachte Schichtmodell und die damit verbundene quantitative Sozialforschung funktionierten immer weniger für einigermaßen sichere Prognosen, wie Menschen sich verhalten. Der Ruf wurde laut, dass die Soziologie andere Modelle sozialer Wirklichkeit entwickeln soll, um Gesellschaft zu verstehen – ein Bedürfnis, das schnell nicht nur Parteifunktionäre anmeldeten, sondern auch Unternehmer, Bildungsplaner oder Stadtentwickler – und in den letzten Jahren auch Akteure in der Sozialen Arbeit.

Gemäß dieser Ausgangslage verpflichtete sich das Institut Sinus Sociovision auf Methoden der qualitativen Sozialforschung. Man betrieb so genannte Alltagsethnologie, untersuchte also die Gewohnheiten und Besonderheiten von gesellschaftlichen Teilgruppen, etwa durch teilnehmende Beobachtung, Hausbesichtigungen, Tiefeninterviews oder Gruppendiskussionen. Ein Ergebnis: die so genannte „Kartoffelgrafik“. Wie man in Abb. 1 sieht, stellt sie kartoffelförmige Kreise im sozialen Raum dar. Dieser Raum wird aus zwei Achsen gebildet: der vertikalen soziodemografischen Achse, welche objektive Daten wie Einkommenshöhe oder Bildungsstand zusammenfasst; und der horizontalen Achse der Grundorientierung, die subjektive Daten wie Wertbezug, Sinnorientierung oder Wirklichkeitsverständnis versammelt.

Die Grundbehauptung dieser Grafik lautet: Man kann in der deutschen Gegenwartsgesellschaft zehn soziokulturelle Teilgruppen voneinander abgrenzen, die sich objektiv und subjektiv voneinander klar unterscheiden und die in sich deutlich beschreibbar sind. Diese soziokulturellen Muster heißen „Milieus“ und bekommen von den Heidelberger Forschern Namen wie „Etablierte“ oder „Experimentalisten“.

Ausgehend von dieser Forschung hat das Institut im Jahr 2007 in einer qualitativen Studie mit quantitativer Fundierung die Lebenswelten von Jugendlichen und Jungen Erwachsenen untersucht. Der Forschungsansatz setzt sich – in der Tradition der Lebensweltforschung – von vielen Ansätzen der Jugendforschung ab: „Jugend wird häufig als monolithische Entität (miss-)verstanden. So wird beispielsweise die ganze Jugend etikettiert, wenn in kurzen Abständen neue "catch-all"-Begriffe von stark begrenzter Aussagekraft über "die Jugend an sich" gestülpt werden – sei es die "Generation X", die "Single-Generation", die "geprellte Generation", die "Generation Golf" etc. Die Beschreibung von Jugend(en) auf Basis der Sinus-Milieus[®] wird der soziologischen Forderung gerecht, Jugend nicht als homogene soziale Gruppe zu behandeln. Es ist zweifelsohne äußerst problematisch, verallgemeinernde Aussagen über "die" Jugend zu treffen. Diese Studie versucht daher, die Unterschiede herauszuarbeiten, die bestimmte Jugendliche als Milieu verbinden und sie von anderen Milieus unterscheiden. Es werden sozialstrukturelle wie lebensstilbedingte Distinktionslinien in den Blick genommen.“ Eine erste Übersicht über die Ergebnisse liefert Abb. 2 und die folgende Tabelle.

Die Sinus-Milieus® in Deutschland 2007

Soziale Lage und Grundorientierung

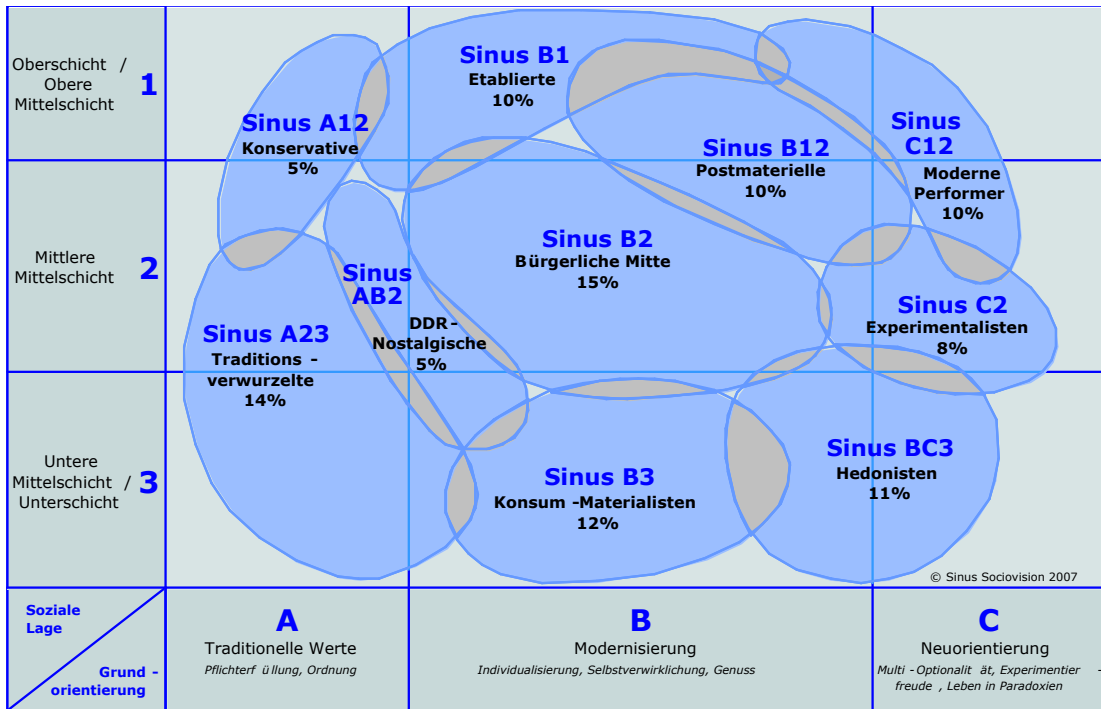
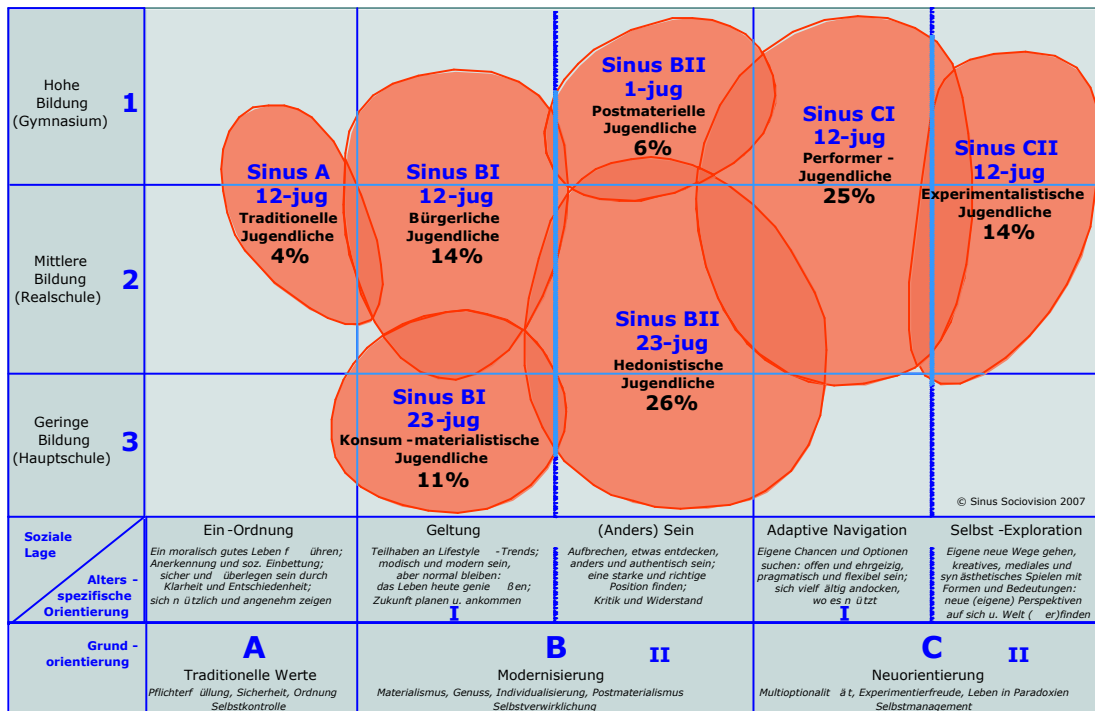


Abbildung 1: Die Milieuverteilung der deutschsprachigen Wohnbevölkerung ab 14 Jahren

Lebenswelten von Jugendlichen 14-19 Jahre

Soziale Lage und Grundorientierung



Quelle: Sinus Sociovision: Basis: 2.400 Fülle

Milieutendenz / -zugehörigkeit	Lebensweltliches Basismotiv
Traditionelle	Ein moralisch gutes und beruflich erfolgreiches Leben führen; Verantwortung übernehmen; eine Familie gründen, solide werden; Anerkennung und soziale Einbettung; sicher und überlegen sein durch Klarheit und Entschiedenheit; sich nützlich und angenehm zeigen
Bürgerliche	Zwischen Augenblicks-Genuss und Zukunfts-Geltung: Einerseits teilhaben an Lifestyle-Trends, die Freiheit und die wunderbare Medien- und Warenwelt genießen (in materieller und sozialer Geborgenheit). Andererseits sich langsam darüber klar werden, was man will und was nicht; die eigene Zukunft planen, sein Leben aus- und einrichten: ankommen - aber noch nicht "gesetzt" sein; modisch und modern sein - aber normal bleiben: Eine gewisse "Flughöhe" erreichen wollen, dafür auch etwas tun, um bei Ankunft "in der sicheren Umlaufbahn zu kreisen"
Konsum-Materialisten	Anschluss und Akzeptanz suchen; Verbündete finden: Verarbeitung und Kompensation von Ausgrenzung durch frühere Schulfreunde; sich selbst versorgen und organisieren; sich auf die eigenen Eltern häufig nicht verlassen können in Bezug auf emotionale Zuwendung und finanzielle Mittel. Herauskommen aus dem elterlichen Umfeld; es einmal besser haben: Modemarken (auch Fakes) als signifikante Symbole für Modernität, Prestige und Teilhabe
Postmaterielle	Aufbrechen – von <i>fremden</i> vorgesetzten Positionen/Regeln/Werten; auch <i>selbst</i> aufbrechen zu neuen Denkformen: Etwas Neues entdecken, anders und authentisch sein; eine starke und richtige Position finden; auch missionarische Kommunikation, die Welt (anders) sehen zu sollen und der realen Welt einen idealen Weltentwurf gegenüberstellen (allerdings: Es gibt nicht (mehr) die eine verbindende politische oder ökologische Leitidee wie in den 80er Jahren)
Hedonisten	Sich – soweit möglich – nicht dressieren lassen; sich Refugien für unprogrammiertes Leben bewahren; Pendeln zwischen Sphären der Selbst- und Fremdbestimmung (durch Lehrer, Vorgesetzte u.a.)
Moderne Performer	Frühes Erreichen erster Etappenziele als Erster (early adopter); sich diverse Optionen offenhalten (sich nichts verschließen). Offen und ehrgeizig, pragmatisch und flexibel sein; sich vielfältig andocken, wo es nützt. Sich selbst modellieren und optimieren, "so dass es passt": pragmatische Marktperspektive
Experimentalisten	Paradoxie und Synästhesie: Exotisch-exzentrische Selbsterfahrungen machen; fremde Welten erkunden – innen und außen: Dazu sich in einen Tunnel begeben, Widersprüchen suchen/provozieren und "Logiken" aufheben; eigene neue Wege gehen durch kreatives, mediales und synästhetisches Spielen mit Formen und Bedeutungen: neue (eigene) Perspektiven auf sich und die Welt finden, auch erfinden

Auf der Grundlage der Jugendstudie und früherer Studien zum Suchtmittelgebrauch lassen sich milieuspezifische Gefährdungen konstatieren: Vor allem in den Jugendmilieus der Konsum-Materialisten, der Hedonisten und der Experimentalisten scheint ein missbräuchlicher Konsum Teil des Lebensstils zu sein.

Die Motive für diesen Konsum sind milieuspezifisch und werden im Vortrag herausgearbeitet.

Der (pädagogische) Zugang gerade zu diesen Milieus ist nicht einfach: Vor allem die Hedonisten definieren sich durch eine radikale Abgrenzung von den „bürgerlichen Spielverderbern“, und Jugendliche in diesem und im konsum-materialistischen Milieu sind durch Bildungsmaßnahmen kaum zu erreichen.

Thomas Becker, Diplompädagoge, Leiter der Katholischen Sozialethischen Arbeitsstelle der Deutschen Bischofskonferenz, Hamm