



Jugend und Politik

Über die Absenz des Interesses, Freiheit herzustellen, und den Triumph des Ressentiments über die Revolte

Mag. Bernhard Heinzlmaier

Wien, 2016

Foto-Credits: Daniel Wisniewski, Fenja Eisenhauer, Freyja Schimkus, Tobias Mittmann / www.jugendfotos.at

© Institut für Jugendkulturforschung
Alserbachstraße 18 / 7. OG / 1090 Wien
Tel. +43 / (0)1 / 532 67 95
E-Mail: bheinzlmaier@jugendkultur.at

Die Inhalte des vorliegenden Dossiers unterliegen dem Urheberrecht. Jede Form der Verwertung oder auszugsweisen Wiederveröffentlichung bedarf einer Genehmigung des Instituts für Jugendkulturforschung und des Autors.

Jugend und Politik

Über die Absenz des Interesses, Freiheit herzustellen, und den Triumph des Ressentiments über die Revolte

Bernhard Heinzlmaier – Institut für Jugendkulturforschung

Die im Jahr 2015 erschienene Ausgabe der seit den 1950er Jahren regelmäßig publizierten Shell Jugendstudie glaubt, uns eine Jubelmeldung verkaufen zu können, indem sie die Rückkehr der Jugend zum politischen Interesse feiert. Seit dem Jahr 2002, so die veröffentlichte Publikation zur Studie, ist das selbsteingeschätzte politische Interesse unter den deutschen Jugendlichen deutlich gestiegen. Waren es im Jahr 2002 noch 34 Prozent der 15- bis 24-jährigen, die sich an der Politik interessiert zeigten, so ist diese Gruppe im Jahr 2015 auf 46 Prozent angewachsen. Die StudienautorInnen konstatieren mit Bezug auf diese Daten eine „Trendwende beim politischen Interesse“. Die Jugend kehre zur Politik zurück, wird suggeriert. (vgl. Dt. Shell 2015: 157)

Österreichische Erhebungen scheinen ganz ähnlich eine Tendenz der „Repolitisierung“ der Jugend zu zeigen. Laut einer GfK-Jugendstudie, die den bizarren Titel „Wie heutige ist ‚die heutige Jugend‘?“ trägt und aus dem November 2014 stammt, ergibt sich im Zeitraum von 2007 bis 2014 gar ein dramatischer Anstieg des politischen Interesses. Waren 2007 lediglich 14 Prozent „sehr stark“ oder „eher stark“ an Politik interessiert, so ist diese Gruppe im Jahr 2014 auf 31 Prozent förmlich explosionsartig angewachsen. Die Gruppe der politisch Desinteressierten hingegen ist von 37 Prozent (2007) deutlich auf 19 Prozent (2014) zusammengeschrumpft. (GfK-Jugendstudie 2014: 55f.)

Aber die Shell Jugendstudie 2015 hat noch mehr zu bieten. Sie gibt uns auch Auskunft darüber, dass die Zufriedenheit mit Demokratie und Gesellschaft deutlich zugenommen hat. So waren im Jahr 2015 73 Prozent der Jugendlichen in Deutschland mit der Demokratie zufrieden, im Jahr 2006 waren es nur 56 Prozent. (vgl. Dt. Shell 2015: 173f.)

Einmal abgesehen davon, dass sich die hier besprochenen Studien lange vor der Eskalation des Flüchtlingszustroms aus dem arabischen Raum im Feld befanden, ein Umstand, der auf die Zufriedenheit der jungen Zielgruppe mit der Demokratie negativ gewirkt haben dürfte, gilt es auch zu hinterfragen, wie es um die Aussagekraft von Begriffen wie „Politik“ oder „Demokratie“ bestellt ist, d.h. wie konkret das Bedeutungsfeld ist, das diese Signifikanten absteckt.

Immanuel Kant schreibt in seiner Logik, dass Inhalt und Umfang eines Begriffs im umgekehrten Verhältnis zueinander stehen. Und weiter: „Je mehr nämlich ein Begriff unter sich enthält, desto weniger enthält er in sich und umgekehrt“. (vgl. Kant: Logik §7) In die Sprache der Gegenwart übersetzt meint Kant hier, dass je mehr ein Begriff zu umfassen versucht, desto weniger von dem, was er bezeichnen will, kann er enthalten.

Oder mit Umberto Eco: Ein Begriff, der eine unbegrenzte Extension hat, dessen Intention ist gleich null.

Mit Begriffen, die nichts bedeuten, hat sich auch der französische Psychoanalytiker Lacan auseinandergesetzt. Er nannte sie „Herrensignifikanten“ oder „leere Signifikanten“. Ein „leerer Signifikant“ zeichnet sich dadurch aus, dass er nicht mehr ist als ein Behälter, der sich immer wieder verschiebende Bedeutungen enthält. Zwei solche „leere Signifikanten“ sind die Begriffe „Politik“ und „Demokratie“. Die meisten der jungen Menschen, die man befragt, halten sie irgendwie für wichtig, obwohl deren Inhalt sich nicht nur aufgrund hegemonialer Kämpfe (vgl. Žižek 2013: 278) laufend ändert, sondern die aufgrund ihrer vagen Allgemeingültigkeit vielmehr auch für jeden Befragten etwas anderes bedeuten können.

Es ist deshalb eine sinnlose Technik der rezenten Sozialforschung, Begriffe mit einem dermaßen hohen Abstraktionsgrad einer Untersuchungsgruppe zur Bewertung vorzulegen, zumindest für den Fall, dass man der Wahrheit nahekommen will. Will man hingegen Ideologie produzieren, d.h. geht es um Manipulation und Stimmungsmache, so ist das Jonglieren mit „leeren Signifikanten“ natürlich ein durch und durch probates und hochgradig zielführendes Mittel.

Ich wage also die Behauptung aufzustellen, dass Studien, die das politische Interesse einer Gesellschaft oder ihrer Teilgruppen auf dermaßen direkte und banale Art abfragen, entweder dumm sind, oder, was wahrscheinlicher ist, ganz bewusst Ideologie zur Legitimation der herrschenden Politik produzieren. Hier wird Meinung gebildet, um die gesellschaftlichen Verhältnisse und ihre politischen Repräsentationen zu stabilisieren.

Neoliberaler Geist und destruktive Individualisierung

Im Gegensatz zu der von gekauften PR-Agenturen, vom politischen System durch Drittmittelzuwendungen und andere Auftragsvergaben abhängig gemachten Staats-Soziologie und Staats-Politologie und von den in die politische Nomenklatur eingebetteten Journalismus produzierten parteiischen „Meinungen“, zeigt sich in der gesellschaftlichen Realität genau das Gegenteil. Das Vertrauen in die Politik erodiert. Sie wird von vielen Jugendlichen als Vorderbühne eines Machtspiels gesehen, in deren Hintergrund außerhalb des demokratischen Systems angesiedelte Machtgruppen die Fäden ziehen und das rhetorisch pompös inszenierte Allgemeininteresse der politischen Eliten wird als geschickte Verhüllung des tatsächlich handlungsmotivierenden Egointeresses interpretiert.

Aber nicht nur die Glaubwürdigkeit der Politik ist erschüttert. Auch der Unternehmenskommunikation, den Aussagen von Interessensvertretungen und den staatlichen und privaten Medien glaubt man immer weniger. Woran das liegt? Wohl zum

Gutteil an der Ideologie des Neoliberalismus, der wie ein Gas (Gilles Deleuze) in alle psychischen und sozialen Systeme eingedrungen ist und anstelle von moralgeleitetem Handeln erfolgsorientiertes Handeln gesetzt hat. Die von der besinnungslosen Erfolgsideologie des Neoliberalismus angetriebenen postmodernen Institutionen und Individuen haben quasi ihr Über-Ich abgesprengt und existieren nun als moralisch un gelenkte Egomaschinen, deren Motivation aus einer Mischung aus rational kalkulierten Interessen und von dunklen Trieben gesteuerten spontanen Affekten besteht. Weil heute alle, sowohl die Eliten als auch die Massen, individuell und in der Gruppe egozentrisch am persönlichen Vorteil ausgerichtet handeln und den gesellschaftlichen Normen- und Regelkonsens, wo es nur geht, zu unterlaufen versuchen, kann naturgemäß keiner mehr dem anderen trauen, der Arbeitnehmer nicht dem Arbeitgeber und umgekehrt, der Staatsbürger nicht dem Staat und umgekehrt, die Eltern nicht ihren Kindern und umgekehrt und die Ehemänner nicht ihren Frauen und umgekehrt.

Unter den Bedingungen des Neoliberalismus wird das aus feudalen und den Zwängen un geregelter Märkte befreite Individuum des Sozial- und Wohlfahrtsstaates zum Hyperindividuum, das die soziale Gruppe und die gesellschaftlichen Institutionen nur mehr als Steigbügel für die Realisierung individueller Ziele missbraucht.

Das zeitgeistige Code-Wort für diese Haltung ist „Networking“. Networking bedeutet die systematische Verdinglichung und Verzweckung des Mitmenschen. Es geht nur mehr darum, den Kontakt zu ihm in einen am Ende geldwerten Vorteil zu verwandeln. Man trifft sich heute nicht mehr mit einem Menschen aus Zuneigung und Sympathie. Das wäre uneffizient und damit Zeitverschwendung. Der private Kontakt wird ökonomisiert, zum Zweck des individuellen Nutzens herabgewürdigt. Mit Alasdair MacIntyre könnte man sagen, dass es selbst in den persönlichsten Beziehungen nicht mehr um das „inhärente Gut“, die Zuneigung, Sympathie und Liebe zum Anderen, sondern um das „äußere Gut“ des mit einer Person verbundenen gesellschaftlichen oder ökonomischen Vorteils geht.

Der Wille zum Kompromiss, zur Versöhnung zwischen dem Wunsch zur „individuellen Heraushebung“ (Simmel: 2008: 48) und der ehrlichen „Verschmelzung mit unserer sozialen Gruppe“ wird den jungen Menschen in den Bildungseinrichtungen abgewöhnt. So ist das soziokulturelle Gefüge aufgrund der gesellschaftlich vermittelten Verpflichtung an das Individuum, etwas Besonderes und Einzigartiges zu sein, porös geworden. Der Wille zur Einheit und zur Gleichheit ist dabei, vollständig ausradiert zu werden. Anstelle dessen werden die Abgrenzung, die Differenz, die Heraushebung, der Konkurrenzkampf zu den Haupttriebkraften des gesellschaftlichen Lebens.

In einer Gesellschaft, in der der Individualismus zur Pflicht geworden ist, in der vom Individuum verlangt wird, seine gesamte Energie in die Gestaltung des eigenen Selbst zu investieren, in einer solchen Gesellschaft muss notwendigerweise dem Einzelnen zu

wenig Zeit und Energie für gemeinschaftliche, gesellschaftliche und politische Angelegenheiten bleiben. Denn der Individualismus als ständige Arbeit an sich selbst, absorbiert den Großteil der Lebenszeit und Lebensenergie des jungen Menschen.

Waren früher noch unbewirtschaftete Zeitressourcen für gesellschaftliches ehrenamtliches Engagement vorhanden, so werden diese heute von zeitlich immer ausgedehnteren und intensiveren schulischen und universitären Ausbildungsgängen aufgesogen. Und nach dem Eintritt in den Beruf lässt die Berufsarbeit, in der es gerade in den ersten Jahren um das Erkämpfen einer guten Ausgangslage für die Karriere geht, keine Zeit für gesellschaftliches oder politisches Engagement. Außer man macht die Politik zum Beruf, peilt gleich eine Karriere in einer politischen Partei oder im politiknahen Bereich an. Aber auch in diesem Fall ist heute die Wahrscheinlichkeit groß, dass die Wahl vornehmlich aufgrund des „äußeren Gutes“, der Karrierechancen, getroffen wird und nicht auf das „inhärente Gut“, den Einsatz für das allgemeine Interesse des Gemeinwesens, abzielt.

Noch einmal: Es steht dem einzelnen jungen Menschen nicht frei, sich zwischen einer Lebensweise, die sich an der eigenen Unverwechselbarkeit und Einzigartigkeit ausrichtet oder der entgegengesetzten, die eher zur „Verschmelzung mit der sozialen Gruppe“ tendiert, frei zu entscheiden. Denn der „konformistische Individualismus“, eine Form des Individualismus, die nicht als exzentrisches Rebellendasein, sondern als angepasste Massenexistenz gelebt wird, ist zum dominanten „institutionellen Erwartungsmuster“ geworden. Die Herausbildung von lebensgeschichtlicher Originalität und performativer Einzigartigkeit ist zur unhintergehbaren Anforderung an die Subjekte geworden. Wir sehen hier ein Beispiel für das paradoxe Umschlagen von Prozessen, die in der Vergangenheit emanzipatorischen Charakter hatten und neue Freiheiten versprochen und nun Verpflichtungscharakter angenommen haben. Wo früher Individualität und Freiheit miteinander in Verbindung standen, verbindet sich heute Individualismus mit Notwendigkeit und Zwang. (vgl. Honneth 2002)

Die modischen Praktiken der Scheinindividualisierung

Wo Individualismus zur Pflicht für alle wird, entsteht eine homogen denkende und handelnde pseudoindividuelle Masse, in der der Einzelne aber trotzdem das Gefühl haben muss, dass er etwas Einzigartiges und Besonders ist.

Es wird also ein Medium benötigt, das in den jungen Menschen der Postmoderne die Illusion aufrecht erhält, keine Massenexistenz zu sein. Dieses symbolische Medium ist die Mode. Sie hat zwei Funktionen. Zum einen hilft sie, das Bedürfnis nach Zugehörigkeit und sozialer Anlehnung zu erzeugen, indem sie den Einzelnen „auf die Bahn führt, die alle gehen“ (vgl. Simmel 2008: 48). Zum anderen befriedigt die Mode den Willen des Menschen nach individueller Einzigartigkeit, in Zeiten einer nach Werten und Einstellungen uniformen Individualität ihr wohl wesentlicherer Funktionsaspekt.

Wenn alle gleich denken, dann müssen zumindest die Outfits der Menschen bunt und vielfältig sein, damit das ideologische gleichgeschaltete Einzelwesen nicht bemerkt, dass es nichts weiter ist, als ein auf das Durchschnittsmaß herabjustiertes Funktionselement des neoliberalen Systems.

Aber die Mode gibt dem postmodernen Individuum nicht nur das Gefühl, etwas Besonderes und Einzigartiges zu sein, das sich mit ihrer Hilfe in einer immer einheitlicher, durchstrukturierter und regulierter gewordenen Lebenswelt von der Allgemeinheit abhebt, sie lässt auch die Empfindung entstehen – gerade in den unteren Sozialschichten, die mit besonders redundanten Arbeits- und Lebensverhältnissen und disziplinär einschränkenden Rahmenbedingungen in der Arbeitswelt konfrontiert sind – , dass es im traurig-langweiligen Leben der Masse Abwechslung, Veränderung, ständige Erneuerung gibt. Und dies gelingt „durch den Wechsel der Inhalte, der die Mode von heute individuell prägt gegenüber der von gestern und von morgen“. (Simmel 2008: 48)

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass die Mode das redundante Wesen des postmodernen Neoliberalismus, der das gesamte Gesellschaftsleben auf die geistige Monokultur des kostengünstigen Produzierens und des geschickten Verkaufens reduziert, mit einem bunten, mit Erlebniswert und Abenteuerqualität aufgeladenen attraktiven Schleier umgibt, eine trügerische Form, die der wohl wichtigste Impuls dafür ist, dass die Menschen tagtäglich die bittere Pille des stressigen und wettbewerbsorientierten Arbeitslebens motiviert und voll Freude schlucken.

Von der Politik zur Scheinpolitik

Wie in der Gesellschaft anstelle des Individuums das modische Scheinindividuum tritt, so tritt in der Politik anstelle des Politikers der ästhetisierte Scheinpolitiker. Diese Wendung in der Politik vom Realen hin zum Symbolischen, vom Substantziellen hin zum Formalen, vom Sachlichen hin zum Kommunikativen, geschieht vor dem Hintergrund eines gesellschaftlichen Wandels, im Zuge dessen immer größere Teile der Wirklichkeit ästhetisch überformt werden und uns folglich zunehmend die ganze Wirklichkeit als ästhetisches Konstrukt erscheint. (vgl. Welsch 1996: 9f.)

Der oben skizzierte gesellschaftliche Wandel hat seinen Grund im Übergang des Industriekapitalismus zum „kognitiven Kapitalismus“, „in dem das „Wissen“ zur relevanten ökonomischen Größe“ geworden ist. (vgl. Maier 2013: 24). Unter den Bedingungen des kognitiven Kapitalismus tritt die Bedeutung des materiellen Produktes in den Hintergrund. Anstelle dessen erhöht sich die Relevanz der kommunikativen Produktausstattung, d.h. Ästhetik, Design und Werbung rücken ins Zentrum der Aufmerksamkeit bei der Produktion/Konzeption und Distribution von Waren und Dienstleistungen. (vgl. Maier 2013: 24)

Wie in der kommerziellen Warenwelt geht es heute auch in der Politik primär um die „vergoldete Oberfläche“ (Richard Sennett) des Angebotes. Nicht konkrete politische Maßnahmen und auf die Realität gerichtetes praktisches Handeln zählen, sondern das perfekte illusionäre und manipulative Gerede. Kommunikation ist zu einer Praxis des Tarnens und Täuschens geworden, wodurch verhindert werden soll, dass die Wähler erkennen, dass nichts getan wird, oder genau das Gegenteil von dem, was versprochen wurde.

Und wie die Konsumwaren den Konsumenten nicht in erster Linie durch ihre Funktionalität, sondern durch ihr warenästhetisches Erscheinen beeindrucken, so findet die Politik der Gegenwart nicht durch Inhalte und Programme ihre Gefolgschaft, sondern durch die goldene Oberfläche ihrer Verpackung, durch das Aussehen und das Charisma ihrer Funktionsträger, durch die medial vermittelte emotionalisierende Präsentation von weitgehend leeren Worthülsen, die unter der Anleitung von PR-Agenturen und den „Visual Merchandisern“ in den Parteizentralen, deren Hauptaufgabe es ist, Bilder zu erzeugen, die die wahren Verhältnisse überdecken sollen, in Umlauf gebracht werden.

Insbesondere für die Zielgruppe Jugend ist diese Strategie absolut passend und erfolgsträchtig, weil Jugendliche aufgrund ihrer popkulturellen Sozialisation, die eine Sozialisation in einem ästhetisch-sinnlich ausgerichteten kulturellen Feld ist, Erscheinungen ihrer sozialen Umwelt in erster Linie nach deren ästhetischen Qualitäten zu beurteilen gelernt hat.

Mit der postmodernen Jugend ist ein neuer Denktypus in die Welt gekommen, dessen Grundkompetenz sich von einem logozentrischen zum ästhetischen Denken verlagert hat. Der Grund für diese Verschiebung liegt in der Wirklichkeit selbst, die heute bereits wesentlich über Wahrnehmungsprozesse, vor allem über Prozesse medialer Wahrnehmung konstituiert wird. (vgl. Welsch 2003) Das bedeutet: Das Handeln der Jugend ist selten reflexiv, d.h. von der Vernunft geleitet (logozentrisch). Häufiger ist es eine spontane Reaktion auf ästhetische Impulse, die aus der sozialen und medialen Umwelt kommen (ästhetisch). Dies wiederum bedeutet, dass besonders die jungen Wähler gut mit Hilfe von ästhetischen Formen und symbolischer Kommunikation beeinflusst, kontrolliert und gesteuert werden können

Politik als „präsentatives Phänomen“

Was für die Menschen unserer Zeit typisch ist, insbesondere aber für die Jugend, die unter dem prägenden Einfluss der elektronischen Hochgeschwindigkeitsmedien aufgewachsen ist, ist der Hang zu spontanen, gefühlsbetonten Entscheidungen. Dass das Gefühl als Entscheidungskriterium in den Vordergrund tritt, hat auch mit der Beschleunigung des Lebens in der Postmoderne zu tun. Es gilt, jeden Tag immer mehr Entscheidungen in immer kürzerer Zeit zu treffen. Vor allem durch die sozialen Medien wird Druck aufgebaut. Werden auf Plattformen oder in einem Messenger Fragen

gestellt, dann sind diese „zeitnah“ zu beantworten. Viel Zeit, um nachzudenken und bedächtig abzuwägen, bleibt da nicht. Antworten sind in der Echtzeit des Hier und Jetzt gefordert. Wer sich zu lange Zeit lässt, der fällt aus dem kommunikativen Mainstream, aus den Communitys heraus, bleibt zurück und gerät in Vergessenheit.

Bilder dominieren heute die Kommunikation. Sie emotionalisieren diese nicht nur, sie beschleunigen sie auch, weil der Rezipient viele von ihnen ohne aufwendiges verstandesmäßiges Erfassen absorbieren kann.

Die gegenwärtige Bilderflut bedeutet das weitgehende Ende einer „diskursiven Kommunikationskultur“, die vom verstandesmäßigen Erfassen von Begriffen und der kritischen Reflexion von sprachlich vermittelten Inhalten gekennzeichnet ist. Mit der Dominanz des Bildes tritt an ihre Stelle eine diskursiv ausgerichtete Kommunikation die „präsentativ-symbolische Kommunikation“, die eine nichtbegriffliche Kommunikation der Verführung ist, weil sie, indem sie den wortsprachlichen Anteil der Botschaften auf ein Minimum reduziert, nicht mehr den Verstand, sondern unmittelbar das Gefühl adressiert. So hat sich in den Jugendkulturen weitgehend eine Kultur des Einfühlens und Verstehens etabliert, die weit abseits der Sphäre der kritischen Reflexion liegt, in der das rationale Argument vom gefühlsgeliteten Verstehen marginalisiert wird.

Politische Entscheidungen hängen in weiten Teilen der Jugend von der präsentativen Qualität der Botschaften ab, d.h. die Darstellungsweise, die formale Qualität und die zielgruppenadäquate Passung der Botschaft sind wichtiger als deren Inhalt, der Bedeutungsträger ist wesentlicher als die Bedeutung.

Je stärker sich nun die Politik der digitalen Medien bedient, desto bedeutender wird die affektive Ladung ihrer Botschaften und desto geringer ihre diskursive Qualität. Denn das digitale Medium ist ein Affektmedium. Es beschleunigt die Kommunikation und veroberflächlicht sie damit zusätzlich. Die affizierenden Bilder rauschen an den Empfängern vorbei. Sie geben ihnen keine Zeit, sie zu studieren und zu reflektieren. Das digitale Hochgeschwindigkeitsmedium ist vom „affectum“ geprägt. „Das affectum schreit und erregt. Es bringt nur sprachlose Erregung und Reize hervor, die ein unmittelbares Gefühl auslösen.“ (Han 2015: 80)

Die Herrschaft des „affectums“ in der politischen Kommunikation bringt es mit sich, dass sekundäre, politikfremde Eigenschaften, Kompetenzen und Vorlieben von politischen Handlungsträgern wie ein sportlich durchtrainierter Körper, selbstbewusstes Auftreten, bürgernahe Geselligkeitsinszenierungen, die Fähigkeit, sich stilsicher zu kleiden, das Beherrschen eines Musikinstruments – Bill Clinton beeindruckte die Wähler durch sein Saxophonspiel – , überragende sportliche Leistungen wie Marathonlaufen oder Extrembergsteigen etc. die Bedeutung von Werten, Einstellungen und politischen Programmen bei weitem übersteigen. Vor allem rechtspopulistische Politiker bedienen sich erfolgreich des schreienden und erregten „affectums“, und zwar nicht nur, wenn sie ihren Wahlveranstaltungen die Aura des Münchner Oktoberfestes verleihen und ihre

Klientel mit krachlederner Blasmusik aufputschen, sondern auch, indem sie in ihren Reden, die gesellschaftliche Realitäten verfremden, übersteigern und verdrehen, um damit spontane Affekte gegen oder für eine Sache zu mobilisieren.

Wer in seinen Narrativen den Migranten mit Hilfe einer bilderreichen Sprache zu einem unhygienisch lebenden, diebischen Vergewaltiger hochstilisiert, der manchmal auch noch Bomben legt, der braucht sich keinem rationalen Argument mehr zu stellen. Er hat den Meinungsstreit schon affektiv entschieden, bevor der Diskurs beginnt. Das Schlimmste am Rechtspopulismus ist eigentlich, dass er durch Emotionalisierung und Wahrheitsverdrehung den Diskurs entwertet und damit die Glaubwürdigkeit und Sinnhaftigkeit dieses wichtigsten Instruments der Politik zerstört, das die Voraussetzung für das zivilisierte und friedvolle Austragen von Meinungsverschiedenheiten und Interessensgegensätzen in einer demokratischen Gesellschaft ist. Denn dort, wo dem Austausch von rationalen Argumenten kein Sinn mehr zuerkannt wird, dort beginnt das von Affekten geleitete spontane Handeln ohne Sinn und Verstand.

Nur wer dermaßen das Denken aufgegeben hat, kann auf die Idee kommen, die Fluchtbewegungen aus dem arabischen Raum dadurch stoppen zu können, dass man die Grenzen befestigt und das Bundesheer mobilisiert. Denn Quelle und Grund des Flüchtlingsproblems ist die ungleiche Verteilung der Ressourcen zwischen den reichen Industrie- und Wissensgesellschaften und den von Glaubens- und ethnischen Konflikten zerrissenen Armutsregionen der Welt. Vor allem der religiöse Fundamentalismus ist in erster Linie eine Folge von sozialem Elend und Armut. Dort, wo die Menschen ein gutes Leben in gesicherten sozialen Verhältnissen führen können, besteht die Bedeutung der Religion in nicht mehr, als dass sie eine folklorehafte Festtagskultur am Leben erhält, die dem gleichförmig dahinfließenden Zeitlauf Struktur gibt und einem ereignisarmen Leben kleine, immer wiederkehrende Höhepunkte verleiht.

Politische Kultur der Gegenwart: Ressentiment oder Rebellion?

Ein Megatrend unserer Zeit besteht in der Entfremdung des Publikums von Printprodukten. Ganz offensichtlich widerspiegelt sich hierin die Tendenz, dass die diskursive Symbolkultur immer mehr in den Hinter- oder Untergrund gedrückt wird und eine präsentative Bild- und Eventkultur an ihre Stelle tritt. Einen wichtigen empirischen Beleg für diese These liefert die Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse 2014. Sie stellt fest, dass sich das Phänomen der so genannten „Printabstinentz“ unter Jugendlichen und jungen Erwachsenen immer weiter ausdehnt. Als printabstinent bezeichnet man Menschen, die Tageszeitungen nur sporadisch benutzen und auf ein sehr enges, boulevardeskes Spektrum auf Zeitungen beschränkt sind. Zudem nutzen sie das Internet intensiv, aber auch in sehr engen Themenbereichen. In der Gruppe der 14- bis 29-jährigen finden sich 35% Printabstinenten. Interessant dabei ist, dass Bildung offensichtlich nicht gegen Printabstinentz immunisiert. Auch unter den höher Gebildeten

liegt der Anteil der Printabstinenten bei einem Drittel. Das rezente Bildungssystem hat also offensichtlich dafür gesorgt, dass selbst Maturanten nicht notwendigerweise zu den Lesern von Qualitätsmedien und Romanen der Weltliteratur zählen müssen. Ihr Geist ist offensichtlich einfach genug strukturiert, um mit der täglichen Zuführung von Informationen aus der Gratis-U-Bahn-Zeitung sein Auslangen finden zu können.

Offensichtlich sind die Bildungsinstitutionen nicht dazu in der Lage, den Niedergang der Schreib-Lesekultur zu stoppen, der, wie statistisches Material aus den PISA-Studien zeigt, weitreichende und dramatische Folgen hat. Denn obwohl der Anteil der jungen Menschen, die das Bildungssystem nur mit dem Abschluss der Pflichtschule verlassen, von 25,8% im Jahr 1995 auf 13,8% im Jahr 2013 zurückgegangen ist, sprechen die PISA-Studien nach wie vor von einem Anteil von 20% pro Altersjahrgang, der als Risikogruppe für funktionalen Analphabetismus einzustufen ist. Unter den Berufsschülern beträgt dieser Anteil gar 37%. Und da wundern sich dann unsere Bildungspolitiker darüber, dass viele Eltern ihre Kindern davon abhalten, in das duale Ausbildungssystem einzutreten, eine Lehre zu absolvieren. (vgl. Krenn 2015: 144)

Um auf die Politik zurückzukommen: Soziale und kulturelle Deklassierung ist eine Quelle für Ressentiments, den heimlichen Groll von Leuten, die sich von Politik und Gesellschaft verlassen und vergessen fühlen und die zu bösen, missgünstigen Menschen werden. Sie vergiften ihre Psyche laufend selbst mit dem aufgestauten Hass auf die Verhältnisse, den sie nicht abführen können. Albert Camus beschreibt Ressentiment als „die unheilvolle, abflusslose Absonderung einer fortgesetzten Ohnmacht“. (vgl. Camus 1997) Das Ressentiment ist immer mit Neid verbunden. Man beneidet die, die das haben, was man will und man selbst nicht hat, und weidet sich mit Vergnügen an jedem Unglück, das die Begünstigten ereilt.

Camus trifft noch eine weitere wesentliche Feststellung: Das Ressentiment ist immer passiv. Es erhebt sich also in den seltensten Fällen, um die Umstände zu ändern, unter denen es leidet. Bevor es das tut, unterstützt es lieber Politiker, denen man zutraut dafür zu sorgen, dass es denen, die man nicht mag, schlechter geht, als einem selbst. In diesem Zusammenhang ist es wichtig, darauf hinzuweisen, dass Jugendliche aus bildungsfernen Milieus, die sich politisch zum Rechtspopulismus hingezogen fühlen, und das ist die Mehrheit unter ihnen, nicht notwendigerweise vom Wunsch nach der Verbesserung des eigenen Lebens getrieben werden, sondern von der Hoffnung, dass sich das Leben für jene, die man hasst, unter der Herrschaft des Rechtspopulismus verschlechtern wird.

Aber nicht nur die sozial und kulturell Benachteiligten sind von der Haltung des Ressentiments bedroht. Auch „starke Seelen“ (Camus 1997) kann das Ressentiment erfassen, sie werden aber dann nicht vom erbitterten Hass gegen alles Fremde und gegen Randgruppen erfasst, sondern sie tendieren zum Strebertum, d.h. sie werden aggressive Konformisten, die sich mit Gleichgesinnten in den Wettstreit darum begeben,

wer der beste Anpasser ist und wer von seinem Anpassungsgeschick am besten profitiert. Mit dem Begriffsinventar der Sinus-Milieus gesprochen, würde dieser Personenkreis wohl im so genannten „adaptiv-pragmatischen Milieu“ überrepräsentiert sein, ein Milieu, deren Angehörige sich dadurch auszeichnen, dass sie sich der Meinung und dem Willen der Starken unterwerfen, um davon zu profitieren.

Die „Adaptiv-Pragmatischen“ werden in den Sinus-Studien als eines der Zukunftsmilieus bezeichnet. Neben den egozentrischen „digitalen Individualisten“ verzeichnen sie die größten Zuwachsraten und machen zusammen mit diesen bereits über 40% in der Gruppe der 16- bis 29-jährigen jungen ÖsterreicherInnen aus.

Interessant wäre es, empirisch zu überprüfen, inwieweit der Anpassungs- und Ordnungsdruck, der durch die diversen, von der ökonomischen Logik des Neoliberalismus geleiteten Schul- und Universitätsreformen erzeugt wurde, die Ausbreitung eines mit Ressentiments behafteten Strebertums begünstigt hat und damit die massenhafte Verbreitung eines Menschentypus, der durch Selbstverleugnung, Selbstunterdrückung und Affirmation der sozio-kulturellen Verhältnisse zu einer respektablen Existenz zu kommen versucht.

Jedenfalls ist der Bezug der duckmäuserischen jungen Pragmatiker zur Politik fordernd und am persönlichen Nutzen orientiert, keinesfalls spielen in ihrem Politikverständnis Ideale oder Werte, die über das Gebrauchswert-Tauschwert-Konzept hinausgehen, eine Rolle. Sie wollen für ihre Stimme, die sie als Tauschgut betrachten, einen adäquaten Vorteil eintauschen, d.h. sie wollen einen guten „Deal“ machen. Dieser gute „Deal“ kann auch darin bestehen, dass Personengruppen, die sie als eine der Ursachen für ihr belangloses und durch Selbstunterdrückung geprägtes Leben identifizieren und die deshalb bei ihnen düsteren Groll und Hass auslösen, stellvertretend für sie von den politischen Eliten bestraft und erniedrigt werden.

Der adaptiv-pragmatische Menschentypus lebt immer im Gefühl, dass andere zu Unrecht Zuwendungen bekommen, die eigentlich ihm zustehen, dass er auf materielle Vorteile verzichten muss, weil anderen etwas gegeben wird. In der perversen Überspitzung der adaptiv-pragmatischen Grundhaltung zeigt sich das Syndrom der gruppenbezogenen Menschenfeindlichkeit, deren gesellschaftliche Praxis darin besteht, Menschengruppen wie Flüchtlinge, Ausländer oder sozial Schwache unter Heranziehung des ökonomischen Kostenarguments abzuweisen oder auszugrenzen. (vgl. Heitmeyer 2001: 17f) Das utilitaristische Kalkül, die rationale Kostenkalkulation, soll das irrationale, auf Verdrängung beruhende Ressentiment und seine unmenschlichen Konsequenzen als Gebot der ökonomischen Vernunft und damit als richtige und gerechte Handlung tarnen.

Der Philosoph Peter Sloterdijk meint, dass das wichtigste Merkmal der Neuzeit nicht die Tatsache ist, dass die Erde um die Sonne läuft, sondern das Geld um die Erde. (vgl. Zizek 2015: 9) Genau dieses ökonomistisch-materialistische Prinzip symbolisiert das

innerste Wesen des adaptiv-pragmatischen jungen Menschen. Durch ihn wird der neoliberale Wirtschaftstotalitarismus, für den politisches als auch individuelles Handeln ausschließlich am ökonomischen Nutzen auszurichten ist, oft in idealtypischer Weise repräsentiert. Moralische und humanitäre Handlungsmotive können unter solchen Auspizien immer nur Regulative zweiter Ordnung sein, die nur dann wirksam werden dürfen, wenn sie den Intentionen des ökonomischen Primates nicht zuwiderlaufen.

Wir müssen hier aber auch noch einen weiteren Aspekt beleuchten, der für das Verhältnis des adaptiv-pragmatischen Charakters zur Politik und zum politischen Handeln von größter Relevanz ist. Auf diesen weist Adorno in seinen Vorlesungen zur Geschichte und zur Freiheit hin. Unter Bezugnahme auf David Riesmans These von der Dominanz des außengeleiteten Sozialcharakters in der modernen Gesellschaft beschreibt Adorno den modernen Menschen als einen Typus, der „die Disproportion zwischen Ausbildung des eigenen Ich und der Gewalt der Kräfte, die auf ihm herumarbeiten,“ so löst, „dass das Ich zur Dialektik seiner inneren und äußeren Kräfte nicht kommt und sich anpasst.“ (Adorno 2014: 13) Der außengeleitete Sozialcharakter entschädigt sich für seinen Verzicht auf politischen Einfluss und Macht durch den Konsum. Aus der politischen Apathie wird er nur dann gerissen, wenn seine „allerengsten Interessenslagen berührt werden“ (Adorno 2014: 13) Solange sich gesellschaftlich nichts ereignet, das seinen Lebensentwurf fundamental in Frage stellt, bleibt der außengeleitete, adaptiv-pragmatische Charakter zurückhaltend, vor allem auch deshalb, weil ihm die Begeisterung für die Freiheit fehlt, der er weniger Wert beimißt als dem Konsum. „Heute begeistern sich die Menschen nicht dafür; sie haben Angst, den Konsumbereich zu verlieren, aber das Interesse, Freiheit herzustellen, ist absent.“ (Adorno 2014: 13)

In einem alten Sinnspruch wird davor gewarnt, dass man dadurch, dass man das Bessere anstrebt, Gefahr läuft, das Gute zu verlieren. Er beschreibt sehr treffend die Angst der angepassten Mehrheit der Jugend vor dem Risiko. Lieber der Spatz in der Hand als die Taube auf dem Dach, so die handlungsleitende Maxime der jungen Risikovermeider und Mitmacher. Und so ist es kaum verwunderlich, dass die zweite Handlungsoption des unterdrückten und eingeengten Menschen, neben der Flucht ins Ressentiment, auf die Albert Camus in seiner Abhandlung „Der Mensch in der Revolte“ verweist, die Revolte, das Sich-Auflehnen, die Zurückweisung der Zumutung von Unfreiheit und Manipulation, heute von jungen Menschen kaum ergriffen wird. Denn es hält sie mehrheitlich die Angst zurück, ihre kleinen konsumierbaren Scheinfreiheiten zu verlieren, für den Versuch mit ungewissem Ausgang eine höhere Dimension der Freiheit zu erlangen, in der sich „das Schlechte und Niedrige gegenüber dem Besseren und Menschenwürdigen“ (Adorno 2014: 47) nicht mehr durchsetzt, wie das heute in der Regel der Fall ist.

Die Revolte, noch in den 1960er und 1970er Jahren eine Handlungsoption zumindest für eine qualifizierte Minderheit innerhalb der Bildungselite des Landes, ist heute nur

mehr für eine verschwindende Minderheit von postmateriellen Idealisten überhaupt noch denkbar. Für Camus ist die Revolte die Tat eines unterrichteten Menschen, der das Bewusstsein seiner Rechte besitzt. (vgl. Camus 1997) Die Mehrheit der jungen Menschen lebt heute aber nicht im Bewusstsein kollektiver moralischer Rechte, sie lebt im Bewusstsein ihrer egozentrischen Individualinteressen, die es im Kampf jeder gegen jeden auf den Schlachtfeldern der Arbeits- und Konsummärkte durchzusetzen gilt. Der politische Grundkonsens, der die adaptiv-pragmatische Jugend beherrscht, besteht darin, dass große Ganze unangetastet zu lassen, die neoliberalen Regeln, die die Gesellschaft umrahmen und einzwängen, zu akzeptieren und alle Energien auf die Durchsetzung der eigenen Interessen zu richten. Weil die Durchsetzung der egoistischen Ziele den wenigsten aber in dem Ausmaß gelingt, das die herrschende bürgerliche Ideologie verspricht, weil die Möglichkeiten, die dem leistungswilligen Individuum angeblich offenstehen, weitgehend irrealer Scheinmöglichkeiten sind, wird am Ende die Mehrheit jener, die auf den Kampf um die große Freiheit zugunsten ihrer kleinen individuellen Vorteile verzichten, zum Opfer des Ressentiments, zu durch gehemmte Rache sich selbst vergiftende Hass-Wesen, die sich verbittert am Schmerz derer weiden, auf die sie die Schuld für die erzwungene schmerzhafteste Verdrängung ihrer Wünsche projizieren.

Der Kampf zwischen Ressentiment und Revolte als Reaktionsweise auf einengende gesellschaftliche Verhältnisse, ist heute, das wird anhand der Dominanz des außengesteuerten, adaptiv-pragmatischen Sozialtypus deutlich, eindeutig zugunsten des Ressentiments entschieden. Und so sehen wir eine Mehrheit der Jugendlichen am Werk, die, frei nach Albert Camus, anstelle die Demütigungen und Zumutungen des neoliberalen Wirtschaftstotalitarismus für alle Menschen zurückzuweisen, die Verstärkung derselben für andere, für die sozial Schwachen und die politische Machtlosen, verlangt. Und die, anstatt den „homo oeconomicus“, dieses egozentrische Nutzenwesen, in sich mit Hilfe der Moral zu zähmen zu versuchen, diesem freien Lauf lassen, und sich zudem in ein geistloses Anpassertum flüchten, das ihnen in den von Bildungsinstitutionen in Ausbildungsanstalten umgebauten Schulen und Universitäten als Ideal oktroyiert wird. Das Interesse, Freiheit herzustellen, ist in diesen Menschen absent. Sie fühlen sich dann wohl, wenn über sie bestimmt wird.

Literatur:

Adorno, Theodor W.: Zur Lehre von der Geschichte und von der Freiheit. Frankfurt am Main 2014

Camus, Albert: Der Mensch in der Revolte. Hamburg 1997

Deleuze, Gilles: Postskriptum über die Kontrollgesellschaft. In: Unterhandlungen 1972-1990. Frankfurt am Main 1993, S. 254-262

GfK Austria: Wie heutig ist „die heutige Jugend“? Wien 2014

Han, Byung-Chul: Die Errettung des Schönen. Berlin 2015

Heitmeyer, Wilhelm: Deutsche Zustände 1. Frankfurt am Main 2002

Honneth, Axel (Hg.): Befreiung aus der Mündigkeit. Frankfurt am Main 2002

Krenn, Manfred: An- und Ungelernte als Prototypen unzeitgemäßer Arbeitskraft in der „Wissensgesellschaft“. In: Atzmüller, Roland; Hürtgen, Stefanie; Krenn, Manfred: Die zeitgemäße Arbeitskraft. Qualifiziert, aktiviert, polarisiert. Weinheim und Basel 2015

Maier, Rudi: Markenkleidung. Geschichte, Diskurse, Praktiken. Mainz 2013

Shell Deutschland Holding (Hrsg.): Jugend 2015. Eine pragmatische Generation im Aufbruch. Berlin 2015

Simmel, Georg: Die Mode. In: Simmer, Georg: Ausgewählte Werke, Berlin 2008

Welsch, Wolfgang: Grenzgänge der Ästhetik. Stuttgart 1996

Zizek, Slavoj: Da capo senza fine. In: Butler Judith, Laclau, Ernesto, Zizek, Slavoj: Kontingenz, Hegemonie, Universalität. Aktuelle Dialoge zur Linken. Wien 2013, S. 265-324

Zizek, Slavoj: Der neue Klassenkampf. Die wahren Gründe für Flucht und Terror. Berlin 2015

<http://www.textlog.de/kant-logik-inhalt-umfang.html>

Autoren-Info:

Mag. Bernhard Heinzlmaier ist seit über zwei Jahrzehnten in der Jugendforschung tätig. Er ist Mitbegründer des Instituts für Jugendkulturforschung und seit 2003 ehrenamtlicher Vorsitzender. Hauptberuflich leitet er das Marktforschungsunternehmen tfactory in Hamburg.

Kontakt: bheinzlmaier@jugendkultur.at

Institut für Jugendkulturforschung

Alserbachstraße 18/7.0G – 1090 Wien

Seit 2001 bietet das Institut für Jugendkulturforschung praxisrelevante Jugendforschung für Non-Profits und Social-Profits. Das Leitungsteam des Instituts ist seit über zwei Jahrzehnten erfolgreich in der angewandten Jugendforschung tätig.

Das Institut für Jugendkulturforschung verfolgt einen lebensweltlichen Forschungsansatz und bedient sich neben quantitativer Verfahren auch erprobter qualitativer Methoden, die die Alltagskulturen Jugendlicher und junger Erwachsener erschließen. Die Kombination von interpretativen und statistischen Verfahren ermöglicht angewandte Jugendforschung auf hohem Niveau.

Wir sind spezialisiert auf:

- repräsentative Jugendumfragen → face-to-face und telefonisch
- qualitative Jugendstudien → fokussierte und problemzentrierte Interviews, Gruppendiskussionen, teilnehmende Beobachtungen, Online-Forendiskussionen
- Praxisforschung → summative und formative Evaluationen, Kreativ-Workshops, Werbemittel- und Homepage-Abtestungen, Mystery Checks
- Sekundär(daten)-Analysen und Expertisen zu allen Kernthemen der Jugendarbeit und Jugendforschung
- triangulative Studien-Designs → Kombination verschiedener Erhebungs- und Auswertungsverfahren, um umfassende Antworten auf die zu untersuchenden Fragestellungen zu erhalten
- Jugendtrendmonitoring
- **neu in unserem Angebot:** Generationenmonitoring
- Entwicklung empirisch begründeter Typologien als Tool der Zielgruppensegmentierung und strategischen Maßnahmenplanung

Das Institut für Jugendkulturforschung deckt ein breites Themenspektrum ab: von Themen der klassischen Jugendforschung wie Jugend und Werte, Freizeit, Politik, Arbeitswelt und Beruf, Mediennutzung etc., über Themen der Jugendarbeitsforschung, Jugendkultur- und Trendforschung bis hin Generationenforschung und -consulting.

Tel: +43 (1) 532 67 95

Fax: +43 (1) 532 67 95 - 20

www.jugendkultur.at

E-mail: jugendforschung@jugendkultur.at