

Pavel Radchenko

Schublade auf!

Warum der Generationsbegriff nicht sinnvoll ist

Vielleicht ist es ein natürliches Bedürfnis der Älteren, die Nachfolgeneration einordnen und abwerten zu müssen, um die eigenen Norm- und Wertvorstellungen gegen das Hinterfragen durch die Jüngeren zu immunisieren. Denn die Älteren können ihren Blick von den Nachkommen nicht abwenden, weil ihnen klar ist: Die fremdwirkenden Lebensweisen und Wertorientierungen der jungen Generation bestimmen maßgeblich die weitere gesellschaftliche Entwicklung. Nach der »Generation Multitasking«, »Generation Praktikum« und »Generation Nesthocker« – um nur einige der aktuelleren Schubladen zu benennen – geistert seit kurzem die »Generation Y« durch die Medien. Was verbirgt sich dahinter und wem nutzt die inflationäre Verwendung des Generationsbegriffs?

Pavel Radchenko

(* 1980) ist promovierter Philosoph und Soziologe. Er arbeitet als Schriftsteller und freier Filmemacher in Berlin.

p.radchenko@gmail.com



Mit der Bezeichnung »Y« wird auf die Vorgänger, die Generation X rekurriert, die in den 90er Jahren durch Douglas Couplands gleichnamigen Roman berühmt wurde. Der Alterskohorte der in den 50er und 60er Jahren Geborenen wurde zugeschrieben, eine Generation von Aussteigern zu sein, die sich als Gegenbewegung zur Yuppie-Kultur den postmaterialistischen Werten zugewandt hat. Die Generation Y soll die Nachfolgerin dieser Verweigerergeneration sein und unter einem umgekehrten Vorzeichen stehen. Nicht Protest, sondern Zielstrebigkeit, Leistungsbereitschaft und Anspruch auf Selbstverwirklichung stehen bei ihr nach Meinung der Medien im Vordergrund. Anders als die skeptischen Aussteiger der Generation X hinterfragen die in den 80er und 90er Jahren Geborenen

nicht die bestehende Ordnung, sondern nur die Spielregeln. Ob es um Berufliches oder Privates geht, die Generation Y will es nach eigenen Vorstellungen gestalten und ersetzt das Ideal der reinen Karrierelaufbahn durch die Bestrebung nach Work-Life-Balance, so die Personal- und Marketingexperten.

Um den Erfolg im Beruf mit einem erfüllten Privatleben zu verbinden, sollen die Ypsiloner auf flexible Arbeitszeiten setzen und die Arbeitspraxis mit Hilfe neuester Technik umgestalten. Sie sind die ersten, die von Kindesbeinen an die digitale Welt ergründen. Als Synonym für »Generation Y« kommt daher entsprechend oft die Bezeichnung »digital natives« vor. Der Begriff stammt von dem US-amerikanischen Autor und Berater Marc Prensky. In einem 2001 in der Zeitschrift *On the Horizon* erschienenen Beitrag behauptet der Autor, dass die damaligen Jugendlichen »native speakers« einer digitalen Welt seien und die digitale Sprache der Computer und des Internets wie ihre Muttersprache beherrschten. Prenskys blumige Metaphern aufgreifend unterstellen so gut wie alle Medienvertreter, die junge Generation besitze nicht nur ein besonderes Fachwissen, son-

dern auch besondere Fähigkeiten, die von ausgeprägter Neugierde und selbstbewusstem Umgang mit unvertrauten Situationen bis zur Vorliebe zum vernetzten Arbeiten und Mut zum Widerspruch reichen sollen.

Die selbstbewusste Eigenständigkeit der Generation Y führen die Medien darüberhinaus auf deren behütete Kindheit zurück. Dass die Y-Vertreter Autoritäten hinterfragen und von ihren Chefs Mitsprache auf Augenhöhe erwarten, soll dem fördernden Erziehungsstil ihrer Eltern geschuldet sein. Ihr Aufwachsen in Zeiten des Wohlstandes und grenzenloser Möglichkeiten soll der Grund dafür sein, warum die Generation Y das ehrgeizige Ziel verfolgt, alles zu schaffen: Vom Erfolg in einem sinnstiftenden Beruf bis zur Selbstverwirklichung im Privatleben mit Zeit für Familie und Freunde.

Schließlich werden die Besonderheiten der Generation Y über ihren demografischen Vorteil zu erklären versucht. Die Wirtschaftsexperten sind sich einig, die junge Generation kann sich ihr selbstbewusstes Auftreten leisten, weil die Nachfrage nach frischen Fachkräften in einer alternden Gesellschaft nur noch weiter steigt.

Zu eng geschnürt

Dass mediale Zuschreibungen oft an zu starken Verallgemeinerungen von Einzelbeobachtungen und nicht aussagekräftigen Umfragen leiden, ist nichts Neues. Die Frage ist eher, wie problematisch die Zuschreibungen im konkreten Fall sind. Ist eine Korrektur möglich oder muss am Ende das Dabattieren über eine neue Generation ganz verworfen werden? Um dies zu klären, sei hier kurz die in Wissenschaften übliche Generationsdefinition erwähnt. Geht es um den historisch-gesellschaftlichen Generationsbegriff – und um einen solchen handelt es sich bei der »Generation Y« – wird klassischerweise das Konzept von Karl Mannheim herangezogen. Danach bil-

det die Zugehörigkeit zu benachbarten Geburtsjahrgängen noch keine Generation. Erst wenn die Gleichaltrigen von gemeinsam erlebten Ereignissen geprägt werden, kann von einem Generationszusammenhang gesprochen werden. Verleitet dieser Zusammenhang zu gemeinsamen Orientierungs- und Handlungsmustern, ist es gerechtfertigt, von einer Generation zu sprechen. Es gibt also keine Generationen ohne gemeinsames Generationsbewusstsein.

Sind die oben genannten Ereignisse tatsächlich für die gesamten Geburtsjahrgänge der 80er und 90er Jahre prägend? Zweifel ist angebracht. Betrachten wir zunächst den Einfluss der technischen Entwicklung auf die Lebensform der analysierten Zielgruppe. Empirische Untersuchungen zur technischen Kompetenz junger Menschen zeigen, dass sie sich weder mit Hardware-Fragen noch mit Software-Architektur besonders auskennen. Als Unterschied zu älteren Generationen wird lediglich festgehalten, dass die jungen Bevölkerungsschichten unbefangener und experimentierfreudiger mit neuen Technologien umgehen. Wie der Pädagoge Rolf Schulmeister pointiert herausarbeitet, entbehrt der Mythos von einer Netzgeneration jeder wissenschaftlichen Grundlage. Die Affinität der Alterskohorte zum Social Networking und zum Web 2.0 führt weder zur Multitaskingfähigkeit noch zur Teamarbeitsorientiertheit oder sonstigen Softskills.

Auch der Feststellung, dass die Generation Y in behüteten Verhältnissen aufgewachsen sei und daraus ihre Eigenständigkeit und Zielstrebigkeit schöpfe, muss widersprochen werden. Im Gegenzug ist festzuhalten, dass die Y-Vertreter, gerade in unsicheren Zeiten groß geworden sind. Sie haben Terroranschläge, darauf folgende Kriege, Wirtschaftskrisen, steigende Arbeitslosigkeit, Jugendproteste und den unaufhaltbaren Klimawandel vor Augen. Diese Erlebnisse sind nach der Ansicht des Sozialwissenschaftlers Klaus Hurrelmann der Grund, warum junge Menschen sowohl in

der Arbeits- als auch in der Privatsphäre nach Sicherheit und Beständigkeit streben und ihrer Existenzsicherung hohe Priorität beimessen.

Dass es der demografische Wandel ist, der die untersuchte Kohorte zu einer Generation zusammenschweißt, ist ebenfalls nicht stimmig. Einen Vorteil aus der fortschreitenden Alterung der Gesellschaft haben in erster Linie hochqualifizierte Fachkräfte aus technischen und naturwissenschaftlichen Berufssparten. Was ist aber mit gering Ausgebildeten? Deren Anteil schätzt Hurrelmann auf ein Fünftel der Geburtsjahrgänge. Angesichts der stetigen Produktionsverlagerung und des Stellenabbaus im Niedriglohnsektor wird sich dieser Personenkreis trotz demografischen Wandels kein selbstbewusstes Auftreten leisten können und dürfte demnach nicht zur Generation Y gezählt werden.

Die mediale Darstellung der Ypsiloner als Generation selbstbewusster Optimisten und Weltverbesserer scheint bloß auf eine kleine, für neoliberale Selbstverantwortung offene Elite zu passen. Es spricht wenig dafür, eine Teilkultur, die im Einklang mit der Ordnung der Leistungsgesellschaft ihren Lebenslauf plant, als Generation zu betiteln.

Plurale Lebenswelten

Einer der Gründe für die geschilderte Enge des medialen Diskurses ist der starke Fokus auf die Arbeitsvorstellungen von jungen Menschen. Studien, die sich mit deren Freizeitverhalten beschäftigen, finden in den Medien kaum Erwähnung. Doch gerade in der Freizeitgestaltung wird der ganze Pluralismus ihrer Lebensentwürfe sichtbar. Man braucht nur auf die Vielfalt der Selbstinszenierungen im Internet zu blicken, um zu verstehen, wie schwierig es ist, die unzähligen Lebensstile der jungen Bevölkerungsschichten unter einen Generationsbegriff zu subsumieren. Seit gut zehn Jahren schnü-

ren schon die Menschen ihre Gewohnheiten, Vorlieben und Hobbys zu digitalen Profilen zusammen, um sie als Lifestyle nach außen zu präsentieren. Ihre virtuellen Identitäten offenbaren die parallele Zugehörigkeit zu verschiedenen Szenen und die mosaikhafte Zusammenstellung der Lebensentwürfe. Wie stark die Lebensstile der 20- bis 30-Jährigen aufgefächert sind, zeigt die letzte Milieustudie des Sinus-Instituts.

Ein Hinweis auf die Heterogenität der jungen Alterskohorten ist auch in ihrer Konsumkultur enthalten. Wenn in den 80ern der Konsum noch an materialistische Werte geknüpft wurde, gaukelte die Werbung in den 90er Jahren den Konsumenten vor, mit dem Kauf eines Produktes ein Erlebnis zu erwerben. Heute verbindet die Werbung den Konsum mit Lifestyle, wenn sie die 20- bis 30-Jährigen ansprechen will. Der Erfolg der heutigen Vermarktungsstrategie verweist auf das verbreitete Bedürfnis dieser Alterskohorten nach Zurschaustellung ihrer Individualität. Wenn die bunten Schutzschalen der Smartphones wie Visitenkarten aus den Taschen gezückt werden, könnte man dagegen meinen, die Kultur des »Konsums«, die Identitäts- und Sinnfragen in Lifestylefragen übersetzt, sei gerade das generationsstiftende Merkmal.

Folgt man den Forschungen des Soziologen Rainer Lepsius, dann muss gefragt werden, ob der Generationsbegriff heute, wenn Enttraditionalisierung, Pluralisierung und Individualisierung als Kennzeichen der Postmoderne gelten, noch sinnvoll verwendet werden kann. Dabei ist diese Frage keineswegs auf die Generation Y eingeschränkt. Auch bei etablierten Termini wie der »68er Generation« ließe sich fragen, ob nicht die Erlebnisse einer Minderheit ungerechtfertigt zur kollektiven Erfahrung einer ganzen Jugendkultur erklärt wurden. Schließlich machten die Studenten zu diesem Zeitpunkt gerade mal 10 % der gesamten Jugend aus. Die Anzahl der damals tatsächlich Aktiven dürfte nicht wesentlich höher gelegen haben. ■