

SPIN - Sexualpädagogische Information

Nr. 1 APRIL 2011

Inhalt

Jugendkulturen als Weg Jugendliche neu zu verstehen	S. 1
Jugendkulturen heute	S. 1
Medien und Materialien	S. 5
Fort- und Weiterbildung	S. 5
Informationen	S. 5

Einführend: Jugendkulturen als Weg Jugendliche neu zu verstehen

Ob Deutschlands sexuelle Tragödie beklagt, die Generation Porno beschworen oder die Sexualisierung der Jugendlichen schlechthin diagnostiziert wird - Die Wiederholungsbefragung zur Jugendsexualität 2010, der BZgA straft solche medialen Inszenierungen Lüge. Denn, so zeigen die Ergebnisse der Befragung, Jugendliche werden heute später sexuell aktiv als noch vor 20 Jahren. Sie gehen mehr feste Beziehungen ein und sie verhüten besser. "Annahmen, wonach immer mehr junge Menschen immer früher sexuell aktiv werden, bestätigen sich nicht", erklärt Elisabeth Pott, Direktorin der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA). Ein Ergebnis, das so von pro familia-PädagogInnen schon vielfach in Presseerklärungen erwartet und bestätigt wurde. Der Entwicklungsschritt aus der Familie heraus, in ein eigenes, selbst zu gestaltendes soziales Gefüge, ist für Vertreter aller Generation mit und durch sexuelle Energie bewältigt worden und ist kein Spezifikum dieser Generation. Die Reduktion, auf diesen Lebensbereich, gibt also höchstens Aufschluss über den Fokus der Beschreibenden und weniger über die Generation der Jugendlichen selbst.

Der Kommunikationsstil verändert Werte

Die Lebenswelt von Kindern und Jugendlichen unterscheidet sich aber tatsächlich gravierend von der vorheriger Generationen. Verantwortlich hierfür sind unter anderen die technologischen Entwicklungen, die einander in großer Geschwindigkeit ablösen und damit für ein völlig verändertes Kommunikationsverhalten verantwortlich zeichnen. Einblick in mögliche Zukunftsszenarien gibt die Trendforschung. Peter Wippermann beschreibt in einem Interview mit der Süddeutschen: „Es gibt mehrere parallele Entwicklungen. Auf der einen Seite sind wir dabei, unsere Privatsphäre als geldwertes Gut zu verhandeln. Das war früher undenkbar, weil das Private die Gegenwelt zur kommerziellen Welt war. Früher hat man Freundschaften nicht einfach verkauft. Jetzt erleben wir genau das (...) zugleich geschieht noch etwas, was wiederum stark mit der Funktechnologie RFID zusammenhängt, die vielen Produkten implantiert wird. Dinge fangen an mit uns zu interagieren und Maschinen tauschen sich untereinander aus. Mit Hilfe der Geodaten schließlich können Unternehmen wie Google Objekte und Menschen innerhalb eines Georaums orten und führen. Diese Kombination von sozialen Informationen

in Echtzeit im Raum wird das sein, was in 10 Jahren Gestalt annimmt.“

Auf die Frage ob das nicht eine Gegenbewegung auslöse, also einen Rückzug ins Private stimmt Wippermann zu und führt als Indiz den deutschen Zeitschriftenmarkt an. Sensationelle Auflagenzuwächse habe es bei gerade einmal zwei Zeitschriften gegeben: „Landlust“ und „Schöner wohnen“. – als *Homing* bezeichnet er diesen Trend und konstatiert dass sich Vergleichbares durch die sogenannten Retro-Trends in den Jugendkulturen abbilde. So befremdend das beschriebene Szenario auf den ersten Blick sein mag, so beruhigend die Gewissheit dass diese Entwicklungen weder unbewertet noch unwidersprochen hingenommen werden - auch nicht von Kindern und Jugendlichen.

Jugendkulturen sind Spielräume um eine eigene Identität zu entwickeln.

Was genau bestimmt aber deren Lebensgefühl? Aus welchen Elementen setzt es sich zusammen? - Aufschluss darüber können Jugendkulturen geben.

Mit der ersten Ausgabe in 2011 will die SPIN einen paradoxen Weg gehen und Sexualität als Lebens- und Entwicklungsaufgabe von Kindern und Jugendlichen einmal bewusst ausklammern.

Jugendkulturen spiegeln das wieder, was Jugendliche als Identitätsmerkmale selbst beschreiben und gestalten.

Die Einschätzungen von Klaus Farin illustrieren, wie wenig es möglich ist gerade diese Generation unter einen einzigen Begriff zu subsumieren. Sie zeigen auch, dass viele Jugendliche das Recht auf Selbstaussdruck wahrnehmen, aber darin nicht unbedingt wahrgenommen werden und sie geben Anlass zu Nachdenklichkeit.

Denn so hoch der Wert von Jugendlichkeit an sich gehalten wird, so geringschätzig ist häufig der Umgang mit Jugendlichen selbst. Symptomatisch hierfür steht deren Vermarktung in denunzierenden Medien-Formaten. Stattdessen benötigen Jugendliche aber das, was all die vorangegangenen Generationen zu Recht ebenfalls von ihrer sozialen Umwelt einforderten: Toleranz, Aufmerksamkeit und die Gewährung von Schutz- und Spielräumen.

Jugendkulturen heute

Jugendkulturen werden in den Medien nicht abgebildet, sondern negativ verzerrt

Autor: Klaus Farin, Leiter des Archivs der Jugendkulturen e.V., Berlin. Artikel, gekürzt aus: APuZ 27/2010

Fast alles, was wir über „die Jugend“ und deren Kulturen wissen, wissen wir aus den Medien. Medien sind aber vor allem an dem Extremen und dem Negativen interessiert. Sie leben nun einmal davon, stets das Außergewöhnliche, Nicht-Alltägliche in den Vordergrund zu rücken und zur Normalität zu erheben: Drei betrunkene Rechtsradikale, die „Sieg heil!“ grölend durch ein Dorf laufen, erfahren so eine bundesweite Medienresonanz; eine Jugendgruppe, die sich monatelang aktiv gegen Rassismus und Rechtsextremis-

SPIN - Sexualpädagogische Information

mus engagiert, ist in der Regel kaum der Lokalzeitung ein paar Zeilen wert. Die „gute Nachricht“ ist keine. Und was nicht in den Medien stattfindet, gibt es nicht. Zudem neigen Populärmedien in Zeiten härterer Konkurrenzkämpfe um Auflagen und Einschaltquoten dazu, ihre Themen weiter zuzuspitzen. „Keine Jugendgewalt“ oder „immer weniger“ Gewalt ist auch kein Thema. Und so heißt es tagtäglich: „Immer mehr“ Jugendgewalt, „immer brutaler“ die Täter. Da ist Sensation statt Information gefragt, immer schneller, immer schriller, immer billiger.

Dieser kurze Exkurs zu Beginn sollte noch einmal zu Bewusstsein bringen, dass das, was wir glauben, über „die Jugend“ zu wissen, nicht unbedingt der Realität entspricht, sondern der veröffentlichten Realität, dem, was Medien aus der unendlichen Fülle täglicher Ereignisse auf Basis ihrer eigenen subjektiven Perspektive und Interessenlage für uns vorsortieren und auf die Agenda setzen. Medien präsentieren uns also nur einen kleinen – negativen! – Ausschnitt von „Jugend“ (zudem mit oft haarsträubend schlecht recherchierten „Fakten“), den wir pars pro toto nehmen. Dass diese Botschaft von der ewig schlimmeren Jugend auf so fruchtbaren Boden fällt, ist allerdings kein neuer Trend: Seit Sokrates vor mehr als 2.000 Jahren heißt es über jede Jugend, sie sei schlimmer, respektloser, konsumtrotteliger, unpolitischer, unengagierter als die letzte – sprich: wir selbst. Dies ist jedoch mehr einer gnädigen Rosarot-Zeichnung unserer eigenen Jugendphase geschuldet. Nehmen wir nur einmal als Beispiel die berühmten „68er“, die nachfolgenden Generationen seitdem stets als leuchtendes Vorbild vorgehalten werden: scheinbar eine ganze Generation auf den Barrikaden, politisiert und engagiert, Aktivisten einer sexuellen und kulturellen Revolution. In der Realität gingen damals nur 3-5 Prozent der Studierenden demonstrierend auf die Straße und die BRAVO-Charts der Jahre 1967 bis 1970 verzeichnen als mit großem Abstand beliebtesten Künstler der Jugend jener Jahre nicht die Rolling Stones, Jimi Hendrix oder die Doors, sondern Roy Black.

Es waren Minderheiten, die sich damals engagierten, auch wenn es ihnen gelang, einer ganzen Generation ihren Stempel aufzudrücken. Nicht anders ist es heute: Die Mehrheit jeder Generation ist bieder, spießig, konsumtrottelig und unengagiert. Das ist bei den Jungen kaum besser als bei den Alten. Es sind immer Minderheiten, die etwas bewegen (wollen) und dabei manchmal sogar die Gesamtgesellschaft verändern.

Jugendkulturen: eine den Mainstream prägende Minderheit

Etwa 20 Prozent der Jugendlichen in Deutschland gehören aktiv und engagiert Jugendkulturen an; sie sind also Punks, Gothics, Emos, Skinheads, Fußballfans, Skateboarder, Rollenspieler, Cosplayer, Jesus Freaks usw. Minderheiten, sicherlich, die allerdings – am deutlichsten sichtbar im Musik- und Modegeschmack – die große Mehrheit der Gleichaltrigen beeinflussen. Rund 70 Prozent der übrigen Jugendlichen orientieren sich an Jugendkulturen. wollen sich aber nicht verbindlich festlegen. So sind die Aktiven der Jugendkulturen wichtige *opinion leader* oder *role models* ihrer Generation.

Die Mehrzahl der Jugendkulturen, von denen heute die Rede ist, ist musikorientiert: Dabei geht es nie nur um Melodie und Rhythmus, sondern immer auch um Geschichte, Politik, grundlegende Einstellungen zur Gesellschaft, die nicht nur die Texte und Titel der Songs/Tracks vermitteln, sondern auch die Interviews, Kleidermarken, nonverbalen Gesten und Rituale der KünstlerInnen. Musik ist für viele Jugendliche, vor allem, aber nicht nur denen in Szenen, ein bedeutender Teil der Identitätsfindung.

Jugendkulturen erwecken einen sehr diffusen Eindruck: Scheinbar gibt es davon immer mehr, in immer schnelleren Intervallen, in immer schrilleren Präsentationsformen. Sicherlich ist es richtig, dass heute im Vergleich zu den 50er, 60er, 70er Jahren sehr viele Jugendkulturen existieren, deren Angehörige zudem nicht mehr leicht einzuordnen sind. Gab es zu meiner Jugendzeit – ich bin Jahrgang 1958 – eigentlich nur die Mofa-Cliquen, die Fußball-Fans, die Hardrock/Heavy-Metal-Fans, uns Langhaarige und die Spießler von der Jungen Union, und jeder hat sein Gegenüber gleich beim Äußeren erkannt und einordnen können, so existieren heute einige hundert Stilvariationen und Untergruppen – da gibt es nicht *den* Heavy-Metal-Fan, sondern den Black Metaller und den Trash Metaller und den New-Wave-of-British-Heavy-Metal-Fan Und deren Angehörige erfüllen zudem nicht immer unsere visuellen Erwartungen und Vorurteile: Da ist der Popper mit dem Silberköfferchen in Wirklichkeit ein anarchistischer Computerhacker, der rassistische Neonazi kommt langzottelig und im Style von Lemmy von Motörhead daher. Die zentrale Botschaft heutiger Jugendkulturen scheint zu sein: Wenn du glaubst, mich mit einem Blick einschätzen zu können, täuscht du dich gewaltig. Oder andersherum: Wer wissen möchte, was sich hinter dem bunten oder auch schwarzen Outfit verbirgt, muss schlicht mit dem Objekt der Begierde reden.

Alte Jugendkulturen verschwinden nicht, neue entstehen durch crossover

Die Vielfalt der gegenwärtigen Jugendkulturen entsteht zum einen dadurch, dass nichts mehr verschwindet: Fast alle Jugendkulturen, die es jemals gab, ob Swing Kids oder Rock'n' Roller, Hippies oder Mods, existieren heute noch: Sie sind vielleicht nicht mehr so groß, so bedeutend, so medienwirksam wie zur Zeit ihrer Geburt, aber sie leben.

Wenn man sich die großen Szenen der Gegenwart ansieht, stellt man schnell fest, dass mitnichten alljährlich neue bedeutende Jugendkulturen entstehen. Die größte Jugendkultur der 90er Jahre war ohne Zweifel Techno. Bis zu fünf Millionen – jede/r vierte Unter-Dreißigjährige – identifizierte sich seinerzeit mit dieser elektronischen Musik-Party-Kultur. Doch Techno entstand bereits 1988/89 und hat Vorläufer (z. B. House), die weitere zehn Jahre zurückreichen. Heute ist HipHop – Oberbegriff für Graffiti, Tanz (Breakdance bzw. B-Boying/-Girling) und die Musik: Rap/MCs, DJing – weltweit die mit Abstand größte Jugendkultur. Mit keinem anderen Musikgenre wird so viel Umsatz bei Unter-Zwanzigjährigen gemacht, in jeder Stadt in Deutschland – sei sie noch so klein – existieren HipHop-Kids. Doch auch HipHop ist keine Erfindung der späten 90er Jahre, sondern bereits Anfang der 70er Jahre in der Bronx/New York geboren worden. Das typische Kennzei-

SPIN - Sexualpädagogische Information

chen heutiger Jugendkulturen scheint zu sein, dass sie alt sind.

Dass dies nicht jedem sofort auffällt, liegt an einem Stilprinzip, das sich seit den 90er Jahren als dominant herausgebildet hat: Crossover. Der ständige Stilmix, die Freude an der "Bricolage" (Claude Lévi-Strauss), dem Sampling eigentlich unpassender Stilelemente zu immer neuen, bunteren (oder eben düsteren) Neuschöpfungen. Dies gilt sowohl für die Mode als auch für die Musik: Aus Punk und Heavy Metal entstehen Hardcore und Grunge, Punk und Techno gemischt ergibt Prodigy, Body Count vereint HipHop und Heavy Metal, der Musiktherapeut Guildo Horn macht mit nur einem Schuss Ironie aus spießiger Schlagermusik Jugendkultpartys.

Man kann sich Jugendkulturen bildlich wie ein Meer vorstellen: Es regnet selten neue Jugendkulturen, aber innerhalb des Meeres mischt sich alles unaufhörlich miteinander. Immer wieder erfasst eine große (Medien-)Welle eine Jugendkultur, die dann für eine kurze Zeit alle anderen zu dominieren scheint wie Techno in den Neunzigern und derzeit HipHop. Doch die Küste naht und auch die größte Welle zerschellt. Das Wasser verdampft dabei jedoch nicht, sondern es fließt wieder ins offene Meer zurück – zersprengt in viele kleine Jugendkulturen, artverwandt und doch verschieden. Diese ständige Vermischung hat insgesamt die Grenzen zwischen den Szenen seit den 90er Jahren deutlich offener gestaltet. Selbstverständlich ist jeder Szene-Angehörige immer noch zutiefst davon überzeugt, der einzig wahren Jugendkultur anzugehören (Arroganz ist seit jeher ein wichtiges Stilmittel von Jugendkulturen), doch die Realität zeigt: Kaum jemand verbleibt zwischen dem 13. und 20. Lebensjahr in einer einzigen Jugendkultur; typisch ist der regelmäßige Wechsel: Heute Punk, in der nächsten Saison Gothic, ein Jahr später vielleicht Skinhead oder Skateboarder. Oder: An diesem Wochenende Gothic, am nächsten Brit-Popper, der Montag gehört der Liebsten, am Mittwoch geht's ins Fitnessstudio, am Freitag zur THW-Jugend. Oder auch zur Jungen Gemeinde. Für eine wachsende Gruppe der Jüngeren ist eine Identität, eine Rolle zu wenig. Ambivalenz und Flexibilität sind die Lebensprinzipien immer mehr jüngerer Menschen, nicht Heimatverbundenheit und eine starre Identität. Was der (Arbeits-)Markt ihnen zwangsweise lehrt, pflanzt sich in den selbstbestimmten Freizeitwelten fort.

Zwischen Rebellion und Markt

So unterschiedlich all diese Szenen auch sein mögen, sie haben eins gemeinsam: Jugendkulturen sind grundsätzlich vor allem Konsumkulturen. Sie wollen nicht die gleichen Produkte konsumieren wie der Rest der Welt, sondern sich gerade durch die Art und Weise ihres Konsums von dieser abgrenzen; doch der Konsum vor allem von Musik, Mode, Events ist ein zentrales Definitions- und Identifikationsmerkmal von Jugendkulturen. Das bedeutet auch: Wo Jugendkulturen sind, ist die Industrie nicht fern.

Vielleicht ist dies einer der deutlichsten Generationenbrüche: Jugendliche haben mit großer Mehrheit ein positives Verhältnis zum Markt, sie lieben die moralfreie Kommerzialisierung ihrer Welt. Sie wissen: Ohne die Industrie keine Musik, keine Partys, keine Mode, keinen Spaß. Sie fühlen

sich – anders als von ihrer üblichen erwachsenen Umgebung – zu Recht von der Industrie geliebt und respektiert. Schließlich gibt diese Milliarden Euro jährlich aus, nur um sie zu umwerben, ihre Wünsche herauszufinden und entsprechende Produkte auf den Markt zu bringen.

Selbstverständlich verläuft der Prozess der Kommerzialisierung einer Jugendkultur nicht, ohne Spuren in dieser Jugendkultur zu hinterlassen und sie gravierend zu verändern. Die Verwandlung einer kleinen Subkultur in eine massenkompatible Mode bedingt eine Entpolitisierung dieser Kultur, eine Verallgemeinerung und damit Verdünnung ihrer zentralen Messages: So mündete der „White Riot“ (The Clash) der britischen Vorstadtpunks in der neugewellten ZDF-Hitparade; HipHop, ursprünglich eine Kultur afro- und latinoamerikanischer Ghettojugendlicher gegen den weißen Rassismus, mutierte zu einem Musik-, Mode- und Tanzstil für jedermann; aus dem illegalen, antikommerziellen Partyvergnügen der ersten Techno-Generation wurde ein hochpreisiges Disco-Eventangebot etc.

Die Industrie – Nike, Picaldi, Sony, MTV und wie sie alle heißen – erfindet keine Jugendkulturen. Das müssen immer noch Jugendliche selbst machen, indem sie eines Tages beginnen, manchmal unbewusst, sich von anderen Gleichaltrigen abzugrenzen, indem sie etwa die Musik leicht beschleunigen, die Baseballkappe mit dem Schirm nach hinten tragen oder nur noch weiße Schnürsenkel benutzen – "Wir sind anders als ihr!" lautet die Botschaft, und das wollen sie natürlich auch zeigen. Das bekommen nach und nach andere Jugendliche mit, oft über erste Medienberichte, manche finden es cool und machen es nach. Eine „Szene“ entsteht. Die nun verstärkt einsetzenden Medienberichte schubladisieren die neue Jugendkultur, machen Unerklärliches ein Stück weiter erklärlicher, heben zu stigmatisierende und/oder vermarktbar Facetten hervor, definieren die Jugendkultur (um) und beschleunigen den Verbreitungsprozess. Ab einer gewissen Größenordnung denkt auch die übrige Industrie – allen voran die Mode- und die Musikindustrie – darüber nach, ob sich diese neue Geschichte nicht irgendwie kommerziell ausbeuten lässt. Aus einer verrückten Idee wurde eine Subkultur, wird nun eine Mode, ein Trend.

Will man ein neues Produkt auf dem Markt platzieren, muss es zunächst einmal auffallen. Spektakulär daher kommen. Es muss scheinbar noch nie Dagewesenes präsentieren. Das bedeutet, so paradox es auch klingen mag: Je rebellischer eine Jugendkultur ausgerichtet ist, desto besser lässt sie sich vermarkten. Nicht die Partei- oder Verbandsjugend, nicht der Kirchenchor oder der Schützenverein, sondern Punks und Gothics, Skateboarder und HipHopper, Emos und Cosplayer sind die wahren Jungbrunnen für die Industrie. Denn schließlich lässt sich nur das Neue verkaufen, nicht die Hosen und CDs von gestern. „Konservative“ Jugendliche, die sich aktuellen Trends verweigern, die kein Interesse daran haben, sich von den Alten abzugrenzen, die nicht stets die neue Mode suchen, sondern gerne mit Vati Miles Davis oder die Beatles hören, mit Mutti auf der Wohnzimmercouch bei der ARD in der letzten Reihe sitzen, statt im eigenen Zimmer ihre eigenen Geräte und Programme zu installieren, und bereitwillig die Hosen des großen Bruders auftragen, statt sich vierteljähr-

SPIN - Sexualpädagogische Information

lich mit den jeweils neuen Kreationen einzudecken, sind der Tod der jugendorientierten Industrie.

Artificial tribes

Jugendkulturen sind also teuer, zeitintensiv und mitunter extrem anstrengend. Szene-Angehörige müssen ständig auf dem Laufenden sein über die neuen "Hits" und Moden ihrer Kultur, regelmäßig "präsent" sein, nicht nur bei den wichtigen Highlights wie die normalen Konsumenten; sie müssen zu Beginn oft eine eigene Sprache aus Worten, Gesten, Ritualen und äußeren Kennzeichen lernen, deren Grammatik und Vokabular nirgendwo schriftlich fixiert ist, aber doch genau eingehalten werden muss, um mit den anderen Eingeweihten adäquat kommunizieren zu können und nicht gleich als uninformatierter Mitläufer dazustehen. Warum eigentlich die ganze Mühe, was macht Jugendkulturen für Jugendliche so attraktiv?

Jugendkulturen ordnen die nicht nur von Jugendlichen als immer chaotischer empfundene Welt. Sie sind Beziehungsnetzwerke, bieten Jugendlichen eine soziale Heimat, eine Gemeinschaft der Gleichen. Wenn eine Gothic-Frau aus München durch Hamburg oder Rostock läuft und dort einen anderen Gothic trifft, wissen die beiden enorm viel über sich. Sie (er)kennen die Musik-, Mode-, politischen und eventuell sexuellen Vorlieben des anderen, haben mit Sicherheit eine Reihe derselben Bücher gelesen, teilen ähnliche ästhetische Vorstellungen, wissen, wie der andere zum Beispiel über Gewalt, Gott, den Tod und Neonazis denkt. Und falls die Gothic-Frau aus München eine Übernachtungsmöglichkeit in Hamburg oder Rostock sucht, kann sie mit hoher Sicherheit davon ausgehen, dass ihr der andere weiterhilft, selbst wenn die beiden sich nie zuvor gesehen haben. Jugendkulturen sind *artificial tribes*, künstliche Stämme und Solidargemeinschaften, deren Angehörige einander häufig bereits am Äußeren erkennen (und ebenso natürlich ihre Gegner). Sie füllen als Sozialisationsinstanzen das Vakuum an Normen, Regeln und Moralvorräten aus, das die zunehmend unverbindlichere, entgrenzte und individualisierte Gesamtgesellschaft hinterlässt.

Und: Jugendkulturen sind trotz aller Kommerzialisierung zumindest für die Kernszene-Angehörigen vor allem eine attraktive Möglichkeit des eigenen kreativen Engagements. Denn weil die Kommerzialisierung ihrer Freizeitwelten auch negative Folgen hat und die Popularisierung ihrer Szenen ein wichtiges Motiv der Zugehörigkeit zu eben diesen Szenen aushebelt – nämlich die Möglichkeit, sich abzugrenzen –, schafft sich die Industrie automatisch eine eigene Opposition, die sich über den Grad ihrer Distanz zum kommerziellen Angebot definieren: Wenn alle bestimmte Kultmarken tragen, trage ich eben nur No-Name-Produkte. Sag mir, welche Bands auf MTViva laufen, und ich weiß, welche Bands ich garantiert nicht mag.

Wer wirklich dazugehören will, muss selbst auf dem Skateboard fahren, nicht nur die „richtige“ teure Streetwear tragen, selbst Graffiti sprühen, nicht nur cool darüber reden, selbst Musik machen, nicht nur hören, usw. Es sind schließlich die Jugendlichen selbst, die die Szenen am Leben erhalten. – Auch hier sind es wieder Minderheiten, doch diese gehören oft zu den Kreativsten ihrer Generation. Sie organisieren die Parties und andere Events, sie

produzieren und vertreiben die Musik, sie geben derzeit in Deutschland (trotz der zunehmenden Bedeutung des Internets immer noch) mehrere tausend scene-eigene, nicht-kommerzielle Zeitschriften – sog. *Fanzines* – mit einer Gesamtauflage von mehr als einer Million Exemplaren jährlich heraus. Für sie sind Jugendkulturen Orte der Kreativität und der Anerkennung, die sie nicht durch Geburt, Hautfarbe, Reichtum der Eltern etc. erhalten, sondern sich ausschließlich durch eigenes, freiwilliges, selbstbestimmtes und in der Regel ehrenamtliches Engagement verdienen. Das Web 2.0 ist nicht nur ein Ort der Jugendgefährdung, sondern auch ein Tummelplatz enormer jugendkultureller Aktivitäten, mit denen bereits 14-, 15-, 16-Jährige eine Medienkompetenz zeigen und sich erwerben, über die manch hauptberuflicher Jugendschützer nicht ansatzweise verfügt. Auch die Sportszenen jenseits der traditionellen Vereine – von den Boarderszenen über Parours bis zu den Juggern – boomen.

Doch noch nie war die Erwachsenenwelt derart desinteressiert an der Kreativität ihrer "Kinder". *Respekt* ist nicht zufällig ein Schlüsselwort fast aller Jugendkulturen. – Respekt, Anerkennung ist das, was Jugendliche am meisten vermissen, vor allem von Seiten der Erwachsenen. Viele Erwachsene, klagen Jugendliche, sehen Respekt offenbar als Einbahnstraße an. Sie verlangen von Jugendlichen, was sie selbst nicht zu gewähren bereit sind, und beharren eisern auf ihre Definitionshoheit, was anerkennungswürdig sei und was nicht: Gute Leistungen in der Schule werden belohnt, dass der eigene Sohn aber auch ein exzellenter Hardcore-Gitarrist ist, die Tochter eine vielbesuchte Emo-Homepage gestaltet, interessiert zumeist nicht – es sei denn, um es zu problematisieren: Bleibt da eigentlich noch genug Zeit für die Schule? Musst du immer so extrem herumlaufen, deine Lehrer finden das bestimmt nicht gut ... Dabei weiß jeder gute Lehrer/jede gute Lehrerin, welche SchülerInnen am meisten Stress verursachen: die Gleichgültigen, die für nichts zu motivieren sind. Schule braucht heute nicht nur motivierte LehrerInnen, sondern auch engagierte, kreative, selbstbewusste SchülerInnen. Leider haben immer noch sehr, sehr viele Jugendliche wenig Anlass und Chancen, Selbstbewusstsein zu erwerben. Viele fühlen sich schon mit 13, 14 Jahren "überflüssig" in dieser Gesellschaft. Und die Schule ist offenbar oft nicht in der Lage bzw. willens, da gegenzusteuern. Sie hat es bis heute strukturell nicht verstanden, eine Anerkennungskultur zu entwickeln, die SchülerInnen für gute Leistungen belohnt statt für Versagen bestraft und herabwürdigt. Deshalb werden Jugendkulturen immer wichtiger: Hier können Jugendliche einmal selbst erfahren, dass in ihnen noch etwas steckt, dass sie kreative Fähigkeiten haben, die ihnen ihre Umwelt selten zutraut – bis sie sich selbst auch nichts mehr zutrauen.

SPIN - Sexualpädagogische Information

Medien und Materialien

Das Archiv für Jugendkulturen e.V. Berlin

Weitere Informationen zum Thema Jugendkulturen, Publikationen und Beschreibungen der Ausstellungen (Wanderausstellungen) erhalten Sie über

<http://www.jugendkulturen.de>

16. Shell Jugendstudie Jugend 2010

Aktuelle Ergebnisse zum Einstellungen, Werten und Perspektiven von Jugendlichen

Unter:

http://www.shell.de/home/content/deu/aboutshell/our_commitment/shell_youth_study/

saferinternet.at und das Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend Österreich

Von diesen wurde die Broschüre: Sexualität & Internet Elternratgeber erstellt, die als download unter:

<http://saferinternet.at>

zur Verfügung steht. Die medienpädagogische Broschüre, bezieht sich konkret auf alle Schnittstellen zu Sexualität. Sie gibt Eltern ausführlich und praxistauglich Informationen und pädagogische Hilfestellungen. Die für Österreich erstellte Broschüre kann Anregungen für die Gestaltung von Elternabenden und die Erstellung eigener handouts geben.

BzGA

Neue Broschüre: mach´s mit...Kondom! Safer Sex – wie und wozu?

Thema: gesund bleiben, sich vor HIV und anderen sexuell übertragbaren Infektionen schützen. Über:

<https://www.bzga.de/infomaterialien/aidsaufklärung/?idx=1857>

pro familia NRW

Der Landesverband NRW bietet schon seit längerem für die sexualpädagogische Arbeit das Holz-Penis-Set an, das unterschiedlich große Modelle enthält. Aktuell sind jetzt Holzmodelle in verschiedenen Maßen als Einzelmodelle bestellbar und das XS-Kondom (Breite: 43 mm, Länge 115 mm). Bestellbar per mail unter:

lv.nordrhein-westfalen@profamilia.de

Fort- und Weiterbildung

ISP

Qualifizierung zur SexualpädagogIn in der Behindertenhilfe

Sieben Seminarblöcke enthalten u.a. fachtheoretische Grundlagen, methodisch-didaktische Kompetenzen, themenbezogene Selbstreflexion. Für MitarbeiterInnen aus Einrichtungen der Behindertenhilfe.

Zeitraumen: 27.05.2011 – 29.04. 2012. Weitere Informationen unter:

<http://www.isp-dortmund.de>

Informationen

pro familia NRW

Fachkongress: Treffpunkt Sexuelle Selbstbestimmung- 30 Jahre Sexualpädagogik pro familia NRW in Wuppertal

26.05 – 27.05. 2011

Fest- und Fachvorträge, Workshops und die Jubiläumsfeier rund um den Einsatz für Sexuelle Selbstbestimmung, die Sexuellen und reproduktiven Menschenrechte.

Themen u.a.: Sexuelle Bildung zwischen Institutionalisierung und Emanzipation, Homophobie, die Lebenswelt Jugendlicher u.v.m. Weitere Informationen unter:

http://www.profamilia.de/fileadmin/landesverband/lv_nordrhein-westfalen/nrw-sexualpaedagogik/Einl_Fachkongress.pdf

ISP in Kooperation mit der Hochschule Merseburg und Fachhochschule St. Gallen, Schweiz

bieten einen Weiterbildungsmaster in Sexualpädagogik-Sexualberatung MAS, DAS, CAS an. Beginn Oktober 2011. Weitere Informationen unter:

<http://www.sexualpaedagogik.ch>

Med. Hochschule Hannover, Uni-Klinikum Hamburg-Eppendorf, BzGA

Fachtagung: „Gesund aufwachsen in Kita, Schule, Familie und Quartier- Nutzen und Praxis verhaltens- und verhältnisbezogener Prävention“ – Austausch zwischen Wissenschaft, Praxis, Politik und Trägern

18.05.-19.05.2011 in Bonn. Weitere Informationen unter:

www.knp.forschung.de