

Kapitel 12

Körper, Gesundheit und das Universum – ein polemischer und kritischer Blick auf das Gesundheitsverhalten von Jugendlichen

Manfred Zentner

EINLEITUNG

Jugendkulturen und -szenen können nicht nur als ein Mittel der Identitätsbildung und Podium für die Sozialisierung, sondern auch als eine Plattform und ein Symbol des Protests gegen die Erwachsenenengesellschaft verstanden werden. Untersuchungen fanden in beide Richtungen statt, und es wird deutlich, dass Identitätsbildung und Protest weder im Jugend- noch im Erwachsenenalter außergewöhnlich sein muss. Dieser Beitrag konzentriert sich in erster Linie auf die Sozialisierungsfunktion von Jugendkulturen und deren Auswirkung auf das Gesundheitsverhalten und den nachhaltigen Konsum. Kurz – und zynisch – gefasst könnte man sagen: Selbst das beste und sozial am meisten bevorzugte Verhalten braucht eine Bühne und ein Publikum – ansonsten ist es der Mühe nicht wert.

JUGEND, IDENTITÄT UND SELBSTDARSTELLUNG

Erwachsenwerden war noch nie einfach. Es bedeutete schon immer, den sicheren Hafen der Kindheit zu verlassen, um nach Überquerung des stürmischen Meeres der Unsicherheit das öde Ufer der Erwachsenenwelt zu erreichen – nun, das ist eine reine Metapher und sollte nur die Grundlage schaffen, um die Herausforderungen für junge Menschen zu beschreiben. Keineswegs glaube ich, dass Kindheit für die meisten Menschen sicher ist (oder dies jemals war), noch, dass das Leben der Erwachsenen immer langweilig ist (auch wenn meines Erachtens mehr für Letzteres

spricht). Aber jung zu sein in Zeiten der Globalisierung, Individualisierung, Pluralisierung und Virtualisierung in einer leistungs- und konsumorientierten Netzwerk-, Risiko- und Migrationsgesellschaft bedeutet, dass zu den Möglichkeiten, die junge Menschen haben, immer mehr Herausforderungen und Pflichten hinzukommen.

In der zweiten Hälfte des zwanzigsten Jahrhunderts wuchs die Entscheidungsfreiheit für immer mehr Menschen. Sie mussten ihr Leben nicht mehr zwingend in einem durch Geburt vorbestimmten sozialen Umfeld leben. Der Einfluss der Sozialstruktur einer Gesellschaft auf die Zukunft und Chancen der Menschen hat sich nicht in Luft aufgelöst, aber das Maß an Entscheidungsfreiheit hat deutlich zugenommen. Diese Entwicklung, Individualisierung genannt, erlaubt es Menschen, in vielen Lebensbereichen selbst zu entscheiden und sich nicht länger zwingend so zu verhalten, wie es die Gepflogenheiten und Menschen aus dem eigenen Umfeld vorgeben. Heute haben Menschen die Möglichkeit, selbst über ihren Bildungsweg, ihren Weg auf den Arbeitsmarkt, ihre Rechtsstellung, ihre Gesundheit, ihre Lebensweise und sogar ihre sexuelle Identität zu entscheiden, sind aber hierfür auch selbst verantwortlich. Demzufolge kann jeder seinen Lebensstil selbst wählen – wenn auch nicht komplett frei und unabhängig vom sozialen und kulturellen Background – und auch die soziale Struktur ist nicht der einzige Diskriminierungsfaktor in einer Gesellschaft. Die Hexis, wie Bourdieu (1982) diese definierte, nämlich als Resultat des kulturellen und wirtschaftlichen Kapitals, sowie Freizeitaktivitäten, Verhalten und sogar Haltungen können heute viel freier gewählt werden als noch vor 40 Jahren.

Bauman (2009) beschrieb, dass sogar Werte und Verhaltensweisen, da man sie selbst wählen könne, lediglich ein Symbol für eine bestimmte Lebensstilgruppe seien, so wie ein bestimmtes Outfit oder bestimmte Musikvorlieben. Der Grund, warum Menschen verschiedene Verhaltensformen zeigen, liegt darin, dass die Konsumgesellschaft dazu tendiert, jeden nicht nur in die Konsumentenrolle, sondern gleichzeitig auch in eine Waren- oder vielmehr Markenrolle zu zwingen, wie Bauman erklärt. Wir alle, die wir in konsumorientierten Gesellschaften leben, sind nicht nur daran gewöhnt, die vielfältigen Angebote – von Kleidung und Lebensmitteln über Elektronikgeräte und Möbel bis hin zu Informationen und Kultur – zu nutzen und zu konsumieren. Wir verwenden sie als eine Investition in unseren eigenen Marktwert, als Marken in der Konsumgesellschaft; unser Konsum wird zum Showroom unserer Persönlichkeit, unserer eigenen Marke, für den Markt. Aus diesem Grund stellen wir dem Markt, je nachdem, welchen ‚Verbraucher‘ wir dort erwarten, bestimmte Aspekte unseres Ichs vor: Wenn wir eine neue Arbeitsstelle suchen, präsentieren wir unser Wissen und Können und nicht unseren Musikgeschmack, wenn wir einen neuen Partner finden möchten, zeigen wir eher unser tänzerisches Können und unsere Einstellung zur Familie, als unsere Puzzle-Fähigkeiten und sportlichen Interessen (oder umgekehrt – je nachdem, welchen Partner wir finden möchten, und was uns glauben lässt, gerade für diesen unwiderstehlich zu sein). Wenn wir bei unseren Freunden Respekt gewinnen möchten, stellen wir einerseits bestimmte Werte, bestimmte Verhaltensweisen in den Vordergrund und versuchen andererseits, bestimmte Vorlieben zu verbergen, z. B. in Bezug auf Musik oder Bücher. Somit stützt sich die Präsentation unsere Selbstdarstellung auf den Markt, in dem wir uns bewegen, und die Verbraucher, die wir erreichen möchten. Und

so hängen unter Umständen auch unsere Einstellungen (falls wir sie zeigen) von den Werten der von uns erwarteten Kunden auf dem Markt ab. Bauman behauptet nicht, dass dies ein bewusster Vorgang ist, doch es kommt vor.

Die Präsentation des eigenen Ichs und die Reaktion der anderen, mit Blick auf das Publikum, bilden den Prozess der Sozialisierung und damit der Identitätsbildung, wie sie Erving Goffman (1959) in seiner Theorie des symbolischen Interaktionismus beschreibt. Dieser Prozess der Präsentation und des Anpassens der Präsentation je nach Reaktion der Empfänger, auch *Impression Management* genannt, fand auch in der Öffentlichkeit immer mehr Anerkennung, und anscheinend reagieren die Menschen bewusst nach diesem Schema. Folglich werden derartige identitätsbildenden Rollenspiele für die Menschen immer mehr zur Gewohnheit, aber häufig bleibt unklar, durch welche maßgebliche Zielgruppe die Selbstdarstellung beeinflusst wird. Daher sind Stil, Verhaltensweisen, Konsummuster bis hin zu den Einstellungen wichtige Symbole im Rahmen einer solchen Selbstpräsentation.

Das Internet und insbesondere die sozialen Online-Netzwerke wie Facebook, Myspace oder LinkedIn brachten eine neue Form des öffentlichen Raums für die Selbstinszenierung hervor. Hier ist es allgemein üblich, Freizeitaktivitäten, Musikvorlieben oder kulturelle Interessen sowie die Ausbildung oder berufliche Position zu präsentieren, aber auch Rechtsstellung, sexuelle Orientierung, Werte und Einstellungen werden über soziale Netzwerke wie Facebook, Myspace oder Tumblr mitgeteilt. Diese verschiedenen Facetten einer Persönlichkeit und Identität werden freiwillig und bewusst dargeboten – und sie lösen bei den Empfängern Reaktionen aus: andere kommentieren oder teilen den Status einer Person, liken Postings oder Links oder verlassen die Freundeliste, weil sie bestimmte Äußerungen nicht mögen. Illouz (2012) weist darauf hin, dass diese Form der Selbstdarstellung in den elektronischen Medien auch Offline-Beziehungen beeinflusst. Da die Online-Präsentation permanent positives Feedback der Empfänger einfordert, gewöhnen sich die Menschen an die Kultur der positiven Affirmation und werden hiervon abhängig – auch in Offline-Beziehungen. Zudem ist in diesem Zusammenhang erwähnenswert, dass in einer Zeit der sozialen Online-Netzwerke sämtliche Facetten einer Person gleichzeitig und dauerhaft für jeden sichtbar sind. Auch früher zeigte man verschiedene Aspekte seiner Persönlichkeit, aber nacheinander, und nur die Menschen, die gerade tatsächlich zugegen waren, konnten die jeweils gezeigte Facette sehen. Das Internet als eine Bühne der Selbstdarstellung förderte den Trend zu Selbstporträts mit einer Digitalkamera oder häufig mit dem Smartphone, die dann in einem sozialen Netzwerk online gestellt werden – die Selfies. Auf diese Weise dienen elektronische Medien als neue Plattform, sich selbst aus allen Perspektiven zu präsentieren und permanent Bestätigung oder kritisches Feedback zu erhalten, was wiederum in eine weitere Selbstinszenierung münden kann.

Die Wahlmöglichkeiten – oder besser die Inspirationen für eine bestimmte Entscheidung – stammen nicht nur aus den traditionellen Kulturen einer Region, noch nicht einmal mehr aus den traditionellen Kulturen des Landes, in dem ein Mensch geboren ist, sondern aus allen Teilen der Welt. Die Globalisierung, die Migration und die Netzwerkgesellschaft (Castells 1996) haben sich verändert und ihr Angebot im Supermarkt der Einstellungen und Stile ausgeweitet, so wie dies auch bei Musik und Mode der Fall war. Der kulturelle Austausch nahm durch Globalisierung,

Migration und Medien zu. Internationale Medienunternehmen übertragen nicht nur regionale Nachrichten, sondern erweitern die Reichweite von Informationen und Kultur für die Menschen merklich. Kulturpessimistische Analysen dieser Entwicklung verzeichnen den Verlust regionaler Kulturen an die globale westliche – normalerweise amerikanische – Kultur, und somit einen Verlust der lokalen und regionalen Identität. Auch regionale Gepflogenheiten erreichen über die globalisierte Medienindustrie – insbesondere durch das Internet, das nutzergenerierte Inhalte zulässt – ein deutlich breiteres Publikum. Das World Wide Web macht es heute möglich, von überall her Informationen zu erhalten und uns über unseren eigenen Lebenswandel zu informieren.

Eine weitere Entwicklung, welche die Diversität in der westlichen Welt fördert, ist das veränderte Konzept der Migration und Integration. Integration erfordert nach wie vor gute Sprachkenntnisse der Gesellschaft des Aufnahmelandes, der Kontakt und Austausch mit den Menschen dieser Gesellschaft außerhalb des Bildungsberichts und Arbeitsmarkts ist hingegen weniger dringlich geworden. Migranten müssen sich nicht mehr vollständig an die Aufnahmegesellschaft anpassen, sondern können relativ leicht den Kontakt zu ihrer eigenen Kultur und Tradition (oder der ihrer Vorgänger) halten. Moderne Kommunikationsmedien ermöglichen die Kontaktpflege mit Menschen aus demselben kulturellen Hintergrund überall auf der Welt; einige der Migrantengruppen in den Aufnahmeländern haben zudem eine Größe erreicht, die zwischenmenschliche Kontakte mehr oder weniger ausschließlich innerhalb derselben Kultur möglich machen. Aus diesem Grund konnten in den vergangenen Jahrzehnten die verschiedensten Elemente unterschiedlicher Kulturen in kleinflächigen Regionen gefunden werden. In einigen Ländern weisen konservative Politiker und Analysten auf die vorgebliche/angebliche Entwicklung von Parallelgesellschaften hin. Im Allgemeinen wird der liberalen Migrationspolitik und Multikulturalität die Schuld für diese Entwicklung gegeben, die für zunehmende Gewalt, Arbeitslosigkeit, Armut oder den Verlust der ‚einheimischen‘ Tradition verantwortlich gemacht wird.

Darüber hinaus fördern internationale Medien und das Internet das Wissen über wirtschaftliche und ökologische Wechselbeziehungen von Ländern, Menschen und Aktivitäten rund um den Globus. Immer mehr Menschen sind sich heute bewusst, dass ihr Konsumverhalten immense Auswirkungen auf andere Regionen in der Welt hat. So kann sich dies positiv oder negativ sowohl auf die ökonomischen, als auch auf die ökologischen Bedingungen in anderen Teilen der Welt auswirken. Dies bedeutet, dass solche lokalen oder regionalen Entwicklungen nicht nur die Bedingungen für die Weltwirtschaft verändern, sondern auch das weltweite Klima und damit Migrationstrends beeinflussen können. Die Interdependenzen gab es auch schon zuvor, aber die Erkenntnisse hierüber waren weniger verbreitet. In jüngerer Zeit führt das Bewusstwerden der Folgen des eigenen Verhaltens für die ganze Welt zur Selbstreflexion und sogar zu einem bewussten Konsum.

DIE ENTWICKLUNG DES SELBST IN JUGENDKULTUREN

Die vorhergehende kurze Beschreibung der aktuellen Situation sollte den Rahmen für eine Analyse der Jugendkulturen und -szenen vorgeben, in der die verschiedenen Ansätze zu Gesundheit, Körper und nachhaltigem Konsum im Mittelpunkt stehen sollen. Jugendliche Kulturszenen werden als Netzwerke von Personen, die bestimmte materielle und/oder mentale Formen der kollektiven Selbststilisierung teilen, definiert. Diese Gemeinsamkeiten werden an typischen Orten, zu typischen Zeiten und/oder in typischen Medien in Szene gesetzt, präsentiert und weiterentwickelt (Hitzler 2001). Im Gegensatz zu traditionellen Jugendorganisationen sind diese Szenen fließend, sowohl was ihre Symbole als auch die Neigungen der Jugendlichen anbelangt. Jugendliche Kulturszenen definieren sich – als Netzwerke – durch schwache Bindungen unter den Mitgliedern und selbstdefiniertes ‚Anhängsel‘ zur Szene. Folglich dienen diese Jugendszenen genau wie Familien, Freunde, Schule, das Arbeitsumfeld oder Organisationen als Orte der Sozialisierung, aber da die Bindung innerhalb und zur Szene selbstbestimmt ist, lässt das Setting der Jugendkulturszenen mehr Freiraum für autonomes Rollenspiel und Identitätsarbeit (Grossegger et al. 2001). Grundsätzlich bedeutet Sozialisierung die Integration einer Person in die Gesellschaft. Sie ist der Prozess der Aneignung von Wissen und Fähigkeiten, um die Werte und Regeln in bestimmten Gruppen zu verstehen und einzuhalten und damit an diesem Umfeld teilnehmen zu können. Hierzu gehört auch, die Erwartungen der anderen Personen an eine bestimmte Rolle in einem vorgegebenen Szenario zu erfüllen.

Jugendszenen bauen auf drei verschiedenen Säulen (Zentner 2008) oder Elementen auf, die für jede Szene formuliert werden können. Jugendszenen sind nicht nur Netzwerke von Personen mit gleichem Aussehen. Die Forschung zeigt, dass Menschen in einer bestimmten Szene nicht nur einen gleichen Stil bevorzugen, sondern auch ähnliche Einstellungen und Werte zeigen. Auch lassen sich in Szenen typische Bindungsmodelle erkennen. Beispielsweise ist HipHop nicht einfach nur Rap, Breakdance, Graffiti und Mode, sondern HipHopper sehnen sich normalerweise nach Respekt für ihr authentisches Verhalten und dem Gefühl, zu kleineren Gruppen, einer Gang oder einer ‚Posse‘ zu gehören. Die Forschung im Bereich der Jugendkultur kann nicht darlegen, ob zwischen Szenezugehörigkeit und Werten eine Kausalität besteht, aber sie kann Korrelationen aufzeigen.

Für diesen Beitrag ist der Zusammenhang zwischen Gesundheitsverhalten, Körperbild bzw. bewusstem Konsum und jugendlichen Kulturszenen sowie bestimmten Erscheinungen von Interesse.

I'M TOO SEXY FOR MY SHIRT – IDENTITÄTSBILDUNG IN JUGENDLICHEN KULTURSZENEN

Anscheinend ist die Bedeutung des Körpers als ein wesentliches Element des Ichs in den letzten drei Jahrzehnten wichtiger geworden, was auch bedeutet, dass er immer mehr zur Selbstinszenierung gehört. Dies kann aus der Tatsache abgeleitet

werden, dass sogar in den Massenmedien, wie in neuen TV-Medienformaten, (in erster Linie) der Schwerpunkt auf der Präsentation von Gesundheit, Aussehen und Körper liegt. Zu diesen Formaten gehören TV-Serien wie die US-amerikanische Dramaserie *Nip/Tuck*, Model-Castingshows oder Reality-Formate, in denen Körperoptimierungen und Schönheitsoperationen im Mittelpunkt stehen. Gesundheits- und Fitnessprogramme sind keine informativen – gleichwohl eher langweilige – Darbietungen oder Diskussionsrunden verschiedener Mediziner mehr, sondern haben sich zu ‚Reality-Shows‘ über Personen gewandelt, die Gewicht abnehmen, gesünder leben oder Gesundheitsprogramme absolvieren. Dieser Trend einer zunehmenden Bedeutung des Körpers kann aber auch im Verhalten der Menschen, insbesondere der Jugend, beobachtet werden. Immer mehr Menschen investieren in Schönheitsoperationen, besuchen Fitnesszentren oder verändern ihren Körper, z.B. mit Tattoos. Auch die Darstellung des Körpers in der Öffentlichkeit verändert sich. Im Modebereich ist es erlaubt, gut trainierte Muskeln, einen flachen Bauch oder künstlich optimierte Körperteile sowie Tattoos und Piercings zu zeigen. Egal, ob die Menschen zum Tanzen in die Disco, zum Sport oder zur Arbeit gehen, Kleidung ist so geschnitten, dass sie den Körper präsentiert, und dies ist gesellschaftlich akzeptiert. Somit kann man beobachten, dass der Körper zu einem Medium geworden ist. Vor kurzem berichteten die Medien über einen neuen Trend in der Selbstdarstellung von Männern, der sog. Spornosexualität. Spornosexualität kann als der Nachfolgetrend der 90er verstanden werden, als die Männer unter dem Begriff der Metrosexualität begannen, auf ihren Körper und ihr Gewicht zu achten, Lotionen verwendeten, in Friseur und Kleidung investierten. Spornosexualität geht hier noch einen Schritt weiter: Männer rasieren ihre Körperbehaarung und trainieren auf eine wohl-definierte Bauchmuskulatur hin und ‚müssen‘ dabei wie Sportler oder Pornodarsteller (daher der Name Spornosexualität) aussehen.

Diese zunehmende Bedeutung des Körpers war die Grundlage des Erfolgs der Fitnessszene. Immer mehr Jugendliche fühlten sich der Fitnessszene zugehörig, so dass im Verlauf der Jahre das Durchschnittsalter in der Szene zurückging, wie Studien über Jugendkulturen in der Altersgruppe von 10 bis 30 Jahren in Österreich zeigten. Die Daten bestätigen auch, dass der Anteil der Männer in der Szene höher ist als derjenige der Frauen und dass Jugendliche mit Migrantenhintergrund im Vergleich zu anderen Jugendkulturen hier stärker repräsentiert sind. Außerdem ergab sich eine hohe Korrelation zwischen „in der Fitnessszene unterwegs sein“ und der Zustimmung zu der Aussage, dass gut aussehende Menschen mehr Chancen auf dem Arbeitsmarkt besitzen. Die Bereitschaft, eine Schönheitsoperation vornehmen zu lassen, ist genauso wie die Neigung, Nahrungsergänzungsmittel zu sich zu nehmen, im Durchschnitt höher. Daraus lässt sich ableiten, dass der hohe Stellenwert des Aussehens und Körpers nicht nur automatisch mit einem gesunden Lebensstil und hohem Gesundheitsbewusstsein einhergehen, sondern auch mit dem Wunsch, in der Arbeitswelt erfolgreich zu sein. Interessanterweise wird dieses Erfolgselement auch in einer Analyse über das TV-Format der Modellcastingshows hervorgehoben (Stach 2013). Vor allem im Gesichtsausdruck während der Aufgaben der Challenge, welche die jungen Kandidatinnen in der Show absolvieren müssen, sollte keinerlei Anstrengung zu sehen sein. Dies soll zeigen, dass es einfach ist, diese Aufgabe erfolgreich zu meistern.

Ein weiterer interessanter Aspekt in der Fitnesskultur ist die egozentrische (nicht aber automatisch egoistische!) Einstellung. Das Individuum ist in der Kultur von entscheidender Bedeutung. „Es ist dein Körper und du bist für ihn und sein Aussehen verantwortlich“, gehört zu den wichtigsten Botschaften der Fitnessszene. Und dies wird auch ersichtlich, wenn man die Aufmachung in Fitnesszentren näher betrachtet: Die Geräte stehen parallel nebeneinander, davor ein Monitor, auf dem jeder sich ein individuelles Entertainment-Programm auswählen kann, die Menschen konzentrieren sich auf ihre eigenen Bewegungen, ihre eigene Geschwindigkeit, ihren Rhythmus; Personal Trainer – auch wenn dieser wahrscheinlich für jeden Fitnessstudio-Besucher gleich ist – geben vor Ort jeweils nur einer Person Ratschläge. Daran können wir sehen, dass die gesamte Konstellation auf die Förderung des Einzelnen und die Kraft, es alleine zu schaffen, ausgelegt ist. Die Fitnesskultur unterscheidet sich durch diesen Blick auf das Individuum/die Einzelperson von anderen Formen körperorientierter Szenen wie beispielsweise Beach-Volleyball. Und auch das CrossFit-Konzept (das bisher noch nicht als Szene charakterisiert werden kann) ist grundverschieden. Beim CrossFit steht die Gruppe im Mittelpunkt, auch wenn nicht alle zeitgleich das Gleiche machen. Aber in der Gruppe fällt es leichter, erfolgreich zu sein, und sie unterstützt den Einzelnen.

Dieser individualistische, selbstzentrierte Ansatz der Fitnessszene kann vielleicht auch den höheren Anteil an Personen aus einem sozial benachteiligten Umfeld erklären. Da jeder die Macht über seinen eigenen Körper hat, braucht man ‚nur‘ Selbstdisziplin, Trainingswillen und die für die Aufgabe notwendige Zeit, um den Erfolg zu sehen. Die Botschaft der Fitnessszene lautet somit: Ich habe das alleine geschafft, ich bin damit fertig geworden, ich war alleine erfolgreich und genau das kann ich auch außerhalb des Fitnessstudios am Arbeitsmarkt.

In anderen Sportszenen gilt normalerweise ein deutlich anderes Wertesystem als in der Fitnessszene. Beim Beach-Volleyball, wo ebenfalls eine sehr ausdrucksstarke körper- und aussehenzentrierte Kultur herrscht, ist diese erfolgs- und leistungsorientierte Haltung nicht zu finden. Hier scheinen Feierlaune, gute Stimmung und eine gewisse Gelassenheit eine größere Rolle zu spielen. Darüber hinaus wird vor allem der weibliche Körper in den Medien sehr stark sexualisiert dargestellt, so dass viele argumentieren, die Szene sei sexistisch. Neben einem ‚gut definierten‘ Körper sind – genau wie in der Fitnessszene – Gesundheitsthemen auch hier nicht wichtiger als für den durchschnittlichen Jugendlichen. Angehöriger der Boarderszene, wie bei den Sportarten Surfen oder Skateboarden, wird man nicht unbedingt, weil man einen gesunden Lebensstil führen möchte. Im Gegenteil: Skateboarder oder Snowboarder zeigen meist ein eng an den Sport angelehntes Risikoverhalten. Skateboarder haben keine Angst/fürchten sich nicht vor Sportverletzungen, sondern sind eher stolz darauf, ein paar Schrammen oder manchmal sogar schlimmere Verletzungen zu haben. Solche Wunden werden dann beim nächsten Skateboard- oder Snowboardfahren gezeigt und sind Beleg für ein aufopferungsvolles Training und den nahezu zwanghaften Wunsch, besser zu werden. Skateboarder nehmen also Sportverletzungen gerne als den Preis hin, den sie auf ihrem Weg zur Perfektion bezahlen.

Geschlechterrollen und Stereotype sind wichtige Aspekte in verschiedenen Jungszenen. In der Sportszene gelten Mädchen oft als dekoratives Beiwerk

(wie die Cheerleader beim American Football) oder ablenkendes Element (wie die ‚Betties‘ beim Skateboarding³⁷) oder werden auf ihr Aussehen reduziert, nicht aber nach ihren Leistungen beurteilt. Stereotype finden sich auch in vielen Musikszenen, und zwar nicht nur in den Texten, sondern auch in der Darstellung der Musiker und Tänzer. Besonders deutlich wird dies in der letzten Zeit im HipHop, ein Bereich, in dem Frauen auf extrem sexualisierte Art und Weise präsentiert werden, indem sie ihre Körper einem Mann darbieten, der das Sagen hat und alle Mädchen haben kann (egal wie er aussieht, was er kann, wie er sich verhält oder ob er Charme hat). In einigen Gangsta-Rap-Texten wird den Frauen sogar die Schuld für aggressives oder gewalttätiges Verhalten ihnen gegenüber gegeben. Die Stereotype werden somit sehr deutlich umrissen und zu ihnen gehören auch bestimmte Körperbilder. Frauen sollten einen flachen Bauch, große Brüste, schlanke Beine und einen schönen, kecken Hintern haben und mit diesen Körperteilen einem Mann gefallen – zumindest wird dieses Bild so in den Musikvideos gezeichnet. Ein Szene-Symbol für diese Frauenrolle war das ‚Twerking‘, laszive kreisende Hüftbewegungen beim Tanzen. Dieses Symbol wurde sogar abseits der HipHop-Szene und der jüngsten Miley-Cyrus-Musikvideos, die diese Tanzschritte zeigten, ein Mainstreamphänomen. Dabei dürfen wir aber nicht vergessen, dass der Körper schon lange ein ausdrucksstarkes Element in der Musik ist, dabei aber geschlechterspezifische Stereotype nicht immer derart in den Vordergrund gestellt und konkretisiert wurden, vor allem nicht in allen Musikrichtungen.

Eine Jugendkultur, die nicht auf das Körperbild fokussiert ist, aber dennoch auf den Körper, ist *LOHAS – Lifestyle Of Health And Sustainability*. Dieser Lebensstil ist nicht so sehr für Teenager, sondern eher für junge Erwachsene interessant, kann aber trotzdem zu den jugendlichen Kulturerscheinungen gezählt werden. Charakteristisch für diese Lebensweise ist der bewusste Konsum, ausgerichtet auf verschiedenste Aspekte. Hierzu zählen die ökologische und soziale Nachhaltigkeit der Produktion, die Bevorzugung regionaler Produkte, aber auch gesunde Lebensbedingungen, die Nutzung erneuerbarer Energien und anderes. Menschen, die sich selbst als LOHAS sehen, behaupten, dass ihr Verständnis von Nachhaltigkeit keine Konsumabstinenz impliziert, sondern sie bei der Entscheidung für oder gegen ein bestimmtes Produkt oder eine konkrete Marke auf die Produktionsverfahren, die Recyclingmöglichkeiten und den Energieverbrauch achten. Somit können LOHAS Elektronikartikel nutzen oder Designerkleidung tragen, solange sie im Einklang mit Werten der Nachhaltigkeit produziert, versandt oder verkauft werden. Gleichwohl sind LOHAS häufig Vegetarier oder Veganer, da die Produktion dieser Lebensmittel weniger Energie verbraucht und weniger schädliche Beiprodukte als Fleisch oder Fisch erzeugt. Für LOHAS sind auch die persönliche Gesundheit und das eigene Wohlbefinden wichtig, daher üben sie oft entspannende Sportarten

37 Skateboarder nannten die Mädchen in der Szene oft die ‚Betties‘, wenn sie eher an den Skateboardern als am Fahren an sich interessiert waren. Sicher ist es gut, wenn auch Mädchen unter den Zuschauern sind und die Leistungen der Board-Fahrer bewundern, aber die ‚Betties sind gefährlich, wenn sie die Fahrer von den wirklich wichtigen Dingen des Lebens ablenken möchten. Dann kann man sie nicht akzeptieren‘, erklärte ein 13-jähriger Skateboardfahrer aus Wien einmal in einem Interview und bezeichnete Skateboardfahren als ‚das wirklich wichtige Ding‘.

wie zum Beispiel Tai-Chi oder Yoga aus. Die Werte der LOHAS sind typisch postmaterialistisch, wie Inglehart es beschreibt (1982). Inglehart unterschied zwischen materialistischen und postmaterialistischen Werten, wobei er zu den Erstgenannten den Erfolg des Einzelnen in Bezug auf die wirtschaftlichen Sicherheit und den Wunsch nach Wohlstand, Karriere, einem schönen Haus und weiteren Statussymbolen zählt. Unter den postmaterialistischen Werten versteht er die Werte, die nur an Bedeutung gewinnen können, wenn materialistische Bedürfnisse erfüllt sind. Zu diesen Werten gehören Selbstverwirklichung, Partizipation, globale Solidarität und Gerechtigkeit. In diesem Sinne sind LOHAS eher postmaterialistisch, was in der Folge erklärt, warum sozial benachteiligte Menschen seltener zu den LOHAS zählen. Als frühe Formen des LOHAS-Lebensstils innerhalb der Jugend Szenen können die Ökos und Alternativen angesehen werden. In diesen Bewegungen definieren sich die grundlegenden Werte allerdings nicht unbedingt über eine gesunde Lebensweise: Ökos legen Wert auf ökologische Nachhaltigkeit und häufig auf Tierrechte, für die Alternativen steht die wirtschaftliche Gerechtigkeit im Mittelpunkt und sie sind gegen das ökonomische Primat der Globalisierung. Beide Bewegungen stehen Mode und Marken zudem äußerst kritisch gegenüber und tragen eher No-Name- und/oder Second-Hand-Kleidung. Für die LOHAS ist es hingegen auch wichtig, ordentlich und modisch gekleidet zu sein.

Im Ganzen können wir einige Jugendkulturszenen beobachten, in denen Gesundheit, Körper und das Universum wichtig sind, aber nicht alle weisen ähnliche Einstellungen oder Ziele auf. Dennoch kommunizieren alle benannten Szenen ihre Einstellungen über verschiedene Symbole, wie einen trainierten Körper, eine sexualisierte Darstellung von Körperteilen oder einen ostentativen bewussten Konsum. Neben dem kulturbedingten Verhalten sehen wir jedoch Einstellungen oder Verhaltensweisen, die nicht mit den jugendlichen Kulturszenen in einem Zusammenhang stehen, insbesondere in der Online-Welt.

(UN)GESUNDES ONLINE-VERHALTEN

Gesundheit und Körperbilder sind nicht nur maßgebliche Faktoren in bestimmten Jugendkulturszenen. Die Bedeutung dieser Thematik kann auch bei anderen – oft jugendbezogenen – Phänomenen beobachtet werden, wie beispielsweise der Selbstinszenierung und der Präsentation anderer, aber auch bei der Online-Diskussion und -Darstellung von Ernährungstrends bis hin zu Essstörungen.

Wir können feststellen, dass sich der Trend, sich selbst online zu präsentieren und Selbstporträts per Mobiltelefon zu senden, in den vergangenen fünf bis sieben Jahren, insbesondere durch die zunehmende Bedeutung der Smartphones, intensiviert hat. Diese Form der visuellen Selbstdarstellung führte zum Boom der Selfies. Diese waren anfangs lediglich Bilder von sich selbst, haben sich aber zu einer Kunstform in den verschiedensten Zusammensetzungen gewandelt, die dann eine Zeit lang in Mode sind. Im vergangenen Jahr war bei den Selbstporträts das Duckface sehr beliebt, so wie es die nackte Selbstinszenierung des Hinterteils einige Jahre zuvor war. Hier galt Scarlett Johansson als Trendsetter. In letzter Zeit wurde die Zurschaustellung von Kollegen, Exfreunden oder -partnern durch beschä-

mende (häufig nackte bzw. sexuelle) Bilder in Online-Communities ein Phänomen des Online-Mobbings (auch) unter Jugendlichen. Hierbei, dem sogenannten *Sexting*, wird der Körper einer Person bloßgestellt und damit dem Ansehen dieser Person geschadet. Dies macht deutlich, dass in einem solchen Fall die dargestellte Situation als negativ wahrgenommen wird und das Körperbild doch eher keinen positiven Effekt hat. Darüber hinaus treffen die negativen Auswirkungen das Opfer stärker als den Täter, der – in den meisten Fällen – ebenfalls in die Szene involviert war. Dies ist ein Phänomen, das hinsichtlich der Wahrnehmungsschemata und der Beurteilung derartiger Situationen weiter untersucht werden muss. Das Online-Mobbing als ein wesentlicher Aspekt für psychische Probleme und psychische Krankheiten bei Jugendlichen ist im Gegensatz zum *Sexting* eine eher allgemeinere Form negativer Zurschaustellung. Die Studie EU Kids Online II (2011) stellt fest, dass rund jeder 7. Jugendliche bereits sexuell orientierte Nachrichten oder Bilder erhalten hat, aber lediglich 3% erklärten, bereits solche Nachrichten verschickt zu haben. Laut einer kürzlich in Österreich durchgeführten Studie empfanden es 30% der Befragten im Alter von 14 bis 18 Jahren normal, eigene Nacktbilder oder Bilder, auf denen sie fast nackt zu sehen sind, an einen Partner zu senden (saferinternet.at / jugendkultur.at, 2015).

Eine weitere Form der virtuellen Präsentation in Bezug auf Gesundheit und Körperbild (in der virtuellen Umgebung) sind Online-Interessengruppen rund um Essstörungen. Diese Communities starteten zunächst als eine Form von Online-Hilfegruppen für Betroffene, in denen sie sich über ihre Erfahrungen austauschen, sich gegenseitig unterstützen und Rückhalt geben konnten. Allerdings werden solche Gruppen problematisch, sobald die Online-Hilfe der medizinischen Behandlung in der ‚realen Welt‘ widerspricht. Vor allem die Pro-Ana- und Pro-Mia-Blogs und -Communities verherrlichen Krankheiten und Essstörungen als erstrebenswerte Lebensstile. Bilder, Geschichten und Ratschläge, die – insbesondere junge Frauen – dazu anregen, abzunehmen und dünn zu bleiben, sind die wesentlichen Bestandteile solcher Webseiten. Auf ‚*Thinspiration*‘-Bildern werden sehr dünne (häufig magersüchtige) Modells gezeigt, die von professionellen Fotografen professionell gestylt und in Szene gesetzt wurden. Solche Bilder stellen einen magersüchtigen ‚Lifestyle‘ als wünschenswert und nicht ungesund dar. Essstörungen werden somit als weitverbreitet und normal präsentiert und die Risiken bagatellisiert und heruntergespielt.

Einen ähnlichen verharmlosenden und Normalität vortäuschenden Effekt haben Videos über riskante Verhaltensweisen im Straßenverkehr, wie beispielsweise Geschwindigkeitsüberschreitungen. Auch andere Formen risikoreichen Verhaltens werden per Video, Bilder oder Text im Internet präsentiert und könnten somit als negative Vorbilder für andere Jugendliche dienen. Diese mögliche Auswirkung wird zumindest von einigen Pädagogen genannt, die auf die Verbreitung von Videos und Bildern über Risikoverhalten, wie ungeschützten Geschlechtsverkehr, Gewalttätigkeiten, Drogenmissbrauch und Autoaggression, hinweisen. Offenbar werden diese Medien hauptsächlich online verbreitet, und die Auswirkung auf das jugendliche Verhalten muss erst noch weiter erforscht werden.

SCHLUSSFOLGERUNG

Abschließend können wir feststellen, dass Gesundheit und Körper Bestandteile der Selbstdarstellung vor einem Publikum in der virtuellen und realen Welt geworden sind und Reaktionen induziert, die eine weitere Identitätsbildung junger Menschen beeinflussen. Ebenfalls wurde das Konsumverhalten zu einem Element in der Bildung des Selbstverständnisses, das den Blicken der Öffentlichkeit ausgesetzt ist und damit zu einem Aspekt der Selbstdarstellung. Der Körper ist zu einem Instrument der Kommunikation und einem Symbol für Erfolg und eine (scheinbar) gesunde Lebensweise geworden.

LITERATUR

Bauman Z. (2009), *Leben als Konsum*, Hamburger Edition, Hamburg.

Bendit R., Hahn-Bleibtreu M. (eds) (2008), *Youth transitions. Processes of social inclusion and patterns of vulnerability in a globalised world*, Budrich, Opladen & Farmland Hills.

Bütow B., Kahl R., Stach A. (eds) (2013), *Körper, Geschlecht, Affekt. Selbstinszenierungen und Bildungsprozesse in jugendlichen Sozialräumen*, Springer Fachmedien Wiesbaden, Wiesbaden.

Castells M. (1996), *The Rise of the Network Society: The Information Age: Economy, Society and Culture*, Volume 1, Blackwell Publishers, Oxford.

Goffman E. (1959), *The Presentation of self in everyday life*, Anchor Books, New York.

Grossegger B., Heinzlmaier B., Zentner M. (2001), "Youth scenes in Austria", in Furlong A., Guidikova I., *Transition of youth citizenship in Europe – Culture, subculture and citizenship*, Council of Europe Publishing, Strasbourg, S. 193–216.

Herschelmann M. (2013), "Weil man sich selbst oft darin wieder findet – Jungen im popkulturellen Sozialraum (Gangsta)Rap", in Bütow B., Kahl R., Stach A. (eds), *Körper, Geschlecht, Affekt. Selbstinszenierungen und Bildungsprozesse in jugendlichen Sozialräumen*, Springer Fachmedien Wiesbaden, Wiesbaden.

Hitzler R., Bucher T., Niederbacher A. (2001), *Leben in Szenen. Formen jugendlicher Vergemeinschaftung heute*, Leske und Budrich, Wiesbaden.

Illouz E. (2012), *Why Love hurts. A sociological explanation*, Polity Press, Cambridge.

Inglehart R. (1982), *Die stille Revolution. Vom Wandel der Werte*, Athenaeum Verlag, Bodenheim.

Livingstone S., Haddon L., Görzig A., Ólafsson K. (2011), "EU Kids Online II final report", London School of Economics and Political Science, London.

Saferinternet.at / jugendkultur.at (2015), *Sexting bei Jugendlichen*, www.saferinternet.at (ÖIAT), Vienna.

Stach A. (2013), "Einübung eines kritischen Blicks auf den weiblichen Körper – Die Sendung Germany's next Topmodel und ihre Bedeutung für die Körpersozialisation junger Frauen und Männer", in Bütow B., Kahl R., Stach A. (eds), *Körper, Geschlecht, Affekt. Selbstinszenierungen und Bildungsprozesse in jugendlichen Sozialräumen*, Springer Fachmedien Wiesbaden, Wiesbaden.

Zentner M. (2008), "Young people, culture and new technologies", in Bendit R., Hahn-Bleibtreu M. (eds), *Youth transitions. Processes of social inclusion and patterns of vulnerability in a globalised world*, Budrich, Opladen & Farmland Hills, S. 273–283.