

Lebenswünsche, Werte und Selbstverständnis junger Menschen heute

**Vortrag für die Fachtagung des Bundesinstituts für Berufsbildung
(BIBB) in Kooperation mit dem Deutschen Jugendinstitut (DJI)
„Neue Jugend? Neue Ausbildung? Beiträge aus der Jugend- und
Bildungsforschung“
am 28. und 29. Oktober 2009 in Bonn Gustav-Stresemann-Institut**

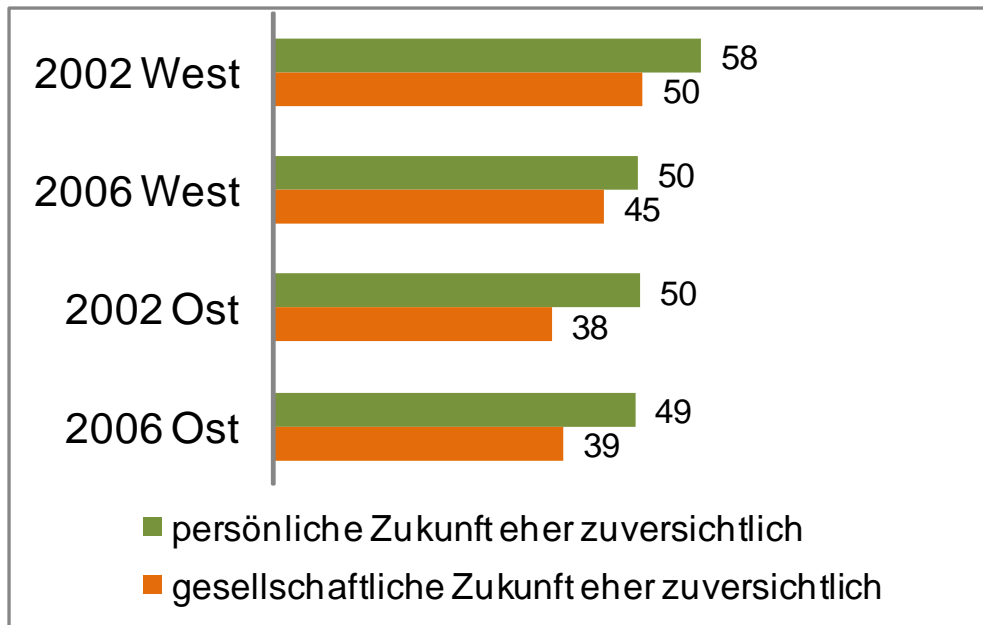
**Workshop 1: Jugend heute: Besser oder anders? Wie gut sind die
Jugendlichen auf die neuen Herausforderungen vorbereitet?**

Martina Gille

Überblick des Vortrages

- Herausforderungen für junge Menschen im Hinblick auf berufliche und private Lebensorganisation
- Zukunftsvorstellungen und Lebenskonzepte
- Wertorientierungen
- Die Bedeutung von Selbstwirksamkeitserfahrungen und Gefühlen der Fremdbestimmtheit im Hinblick auf Werte
- Fazit

Einschätzung persönlicher und gesellschaftlicher Zukunft (in %), 12- bis 25-Jährige

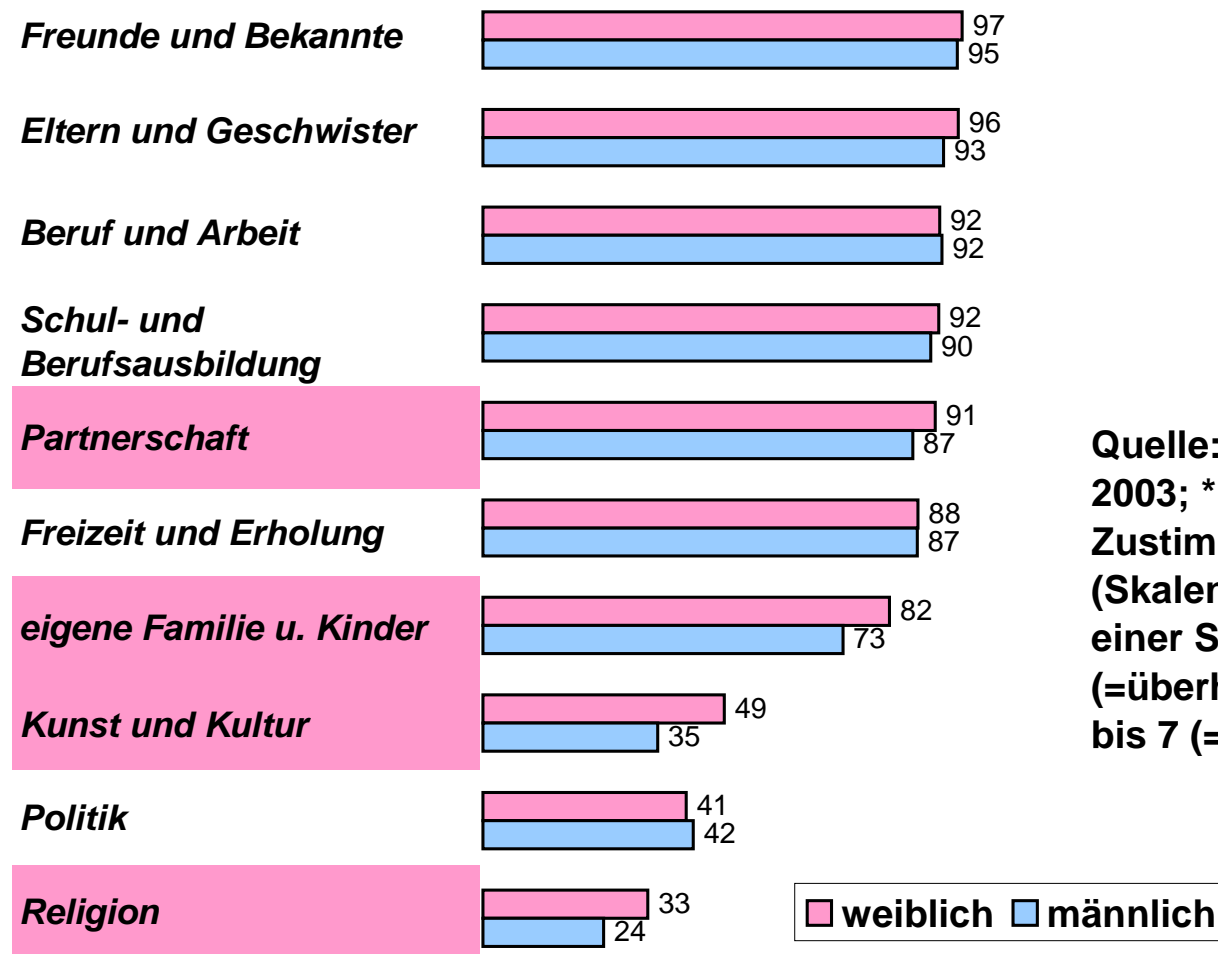


Fragen:

1. Wie stellen Sie sich Ihre eigene Zukunft vor? Man kann ja die Zukunft, wie das eigene Leben so weitergehen wird, eher düster oder eher zuversichtlich sehen? Wie ist das bei Ihnen? Antwortkategorien: eher düster /eher zuversichtlich/ gemischt, mal so - mal so.
2. Und wie ist es mit der Zukunft unserer Gesellschaft? Sehen Sie die eher düster, oder eher zuversichtlich?

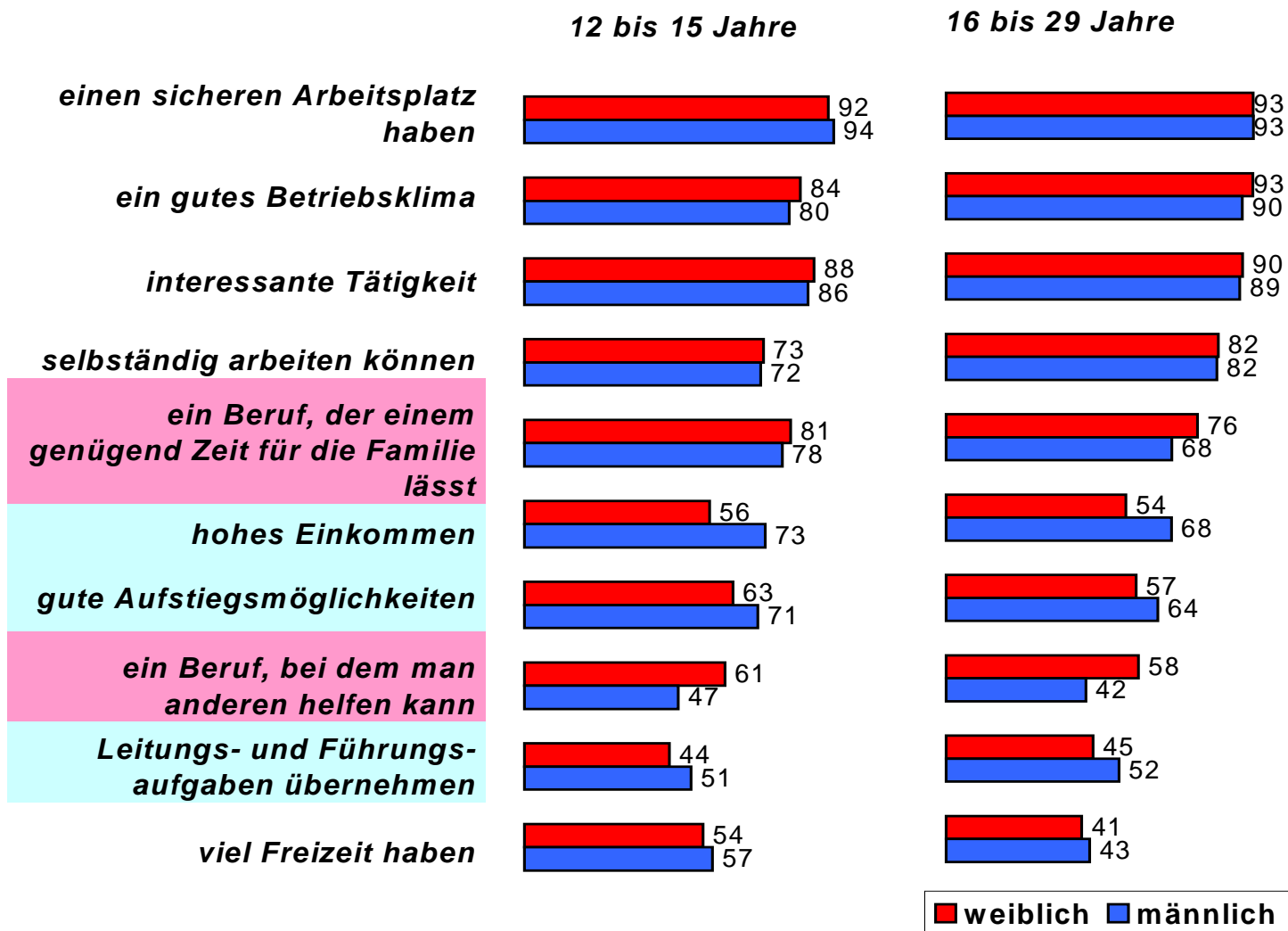
Quelle: 15. Shell-Jugendstudie

Wichtigkeit von Lebensbereichen bei den 16- bis 29-Jährigen nach Geschlecht (in %)*



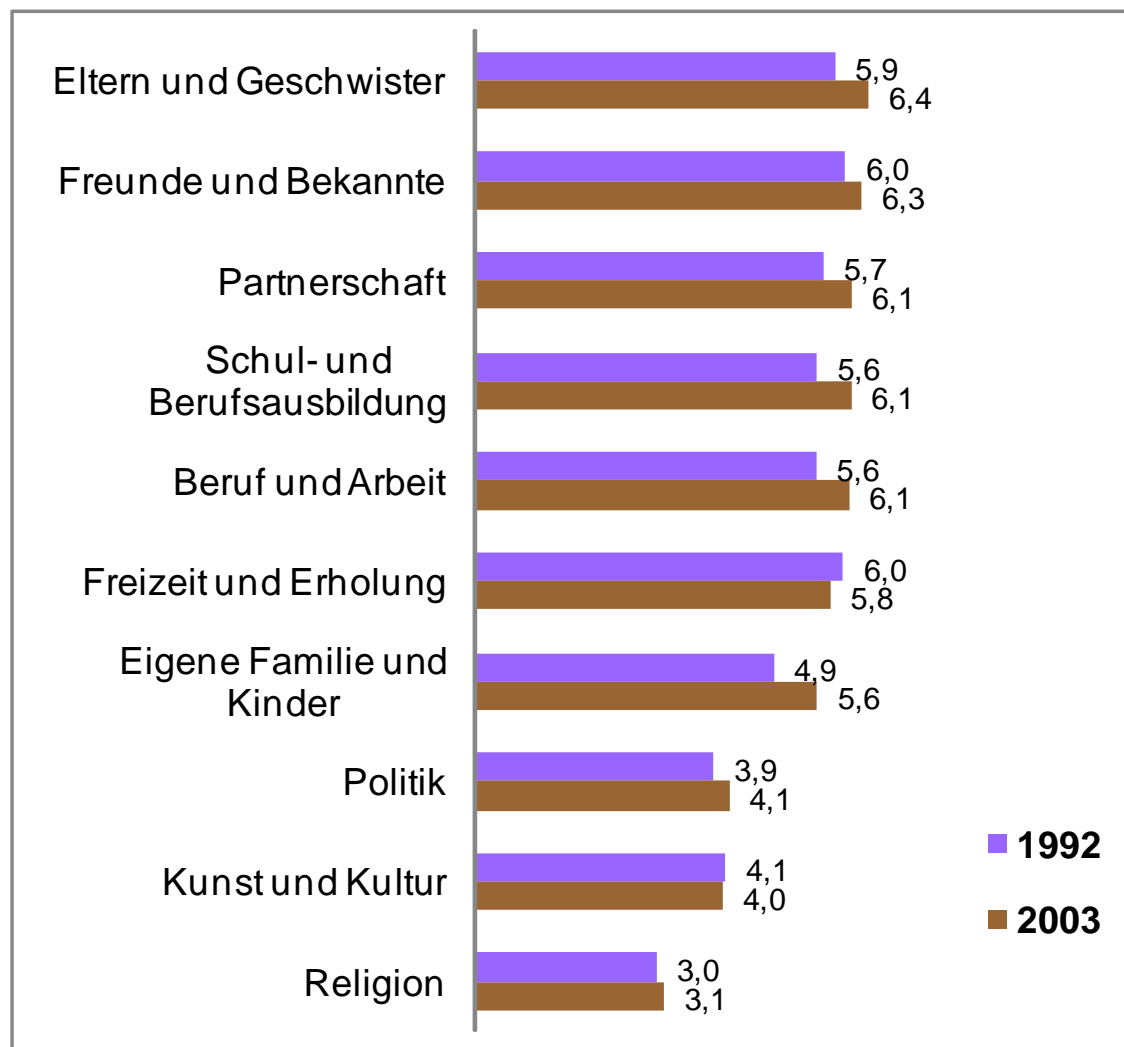
Quelle: DJI-Jugendsurvey 2003; * In Prozent der Zustimmung (Skalenpunkte 5 bis 7 einer Skala von 1 (=überhaupt nicht wichtig) bis 7 (=sehr wichtig))

Wichtigkeit von Arbeits- und Berufsmerkmalen (in %)*



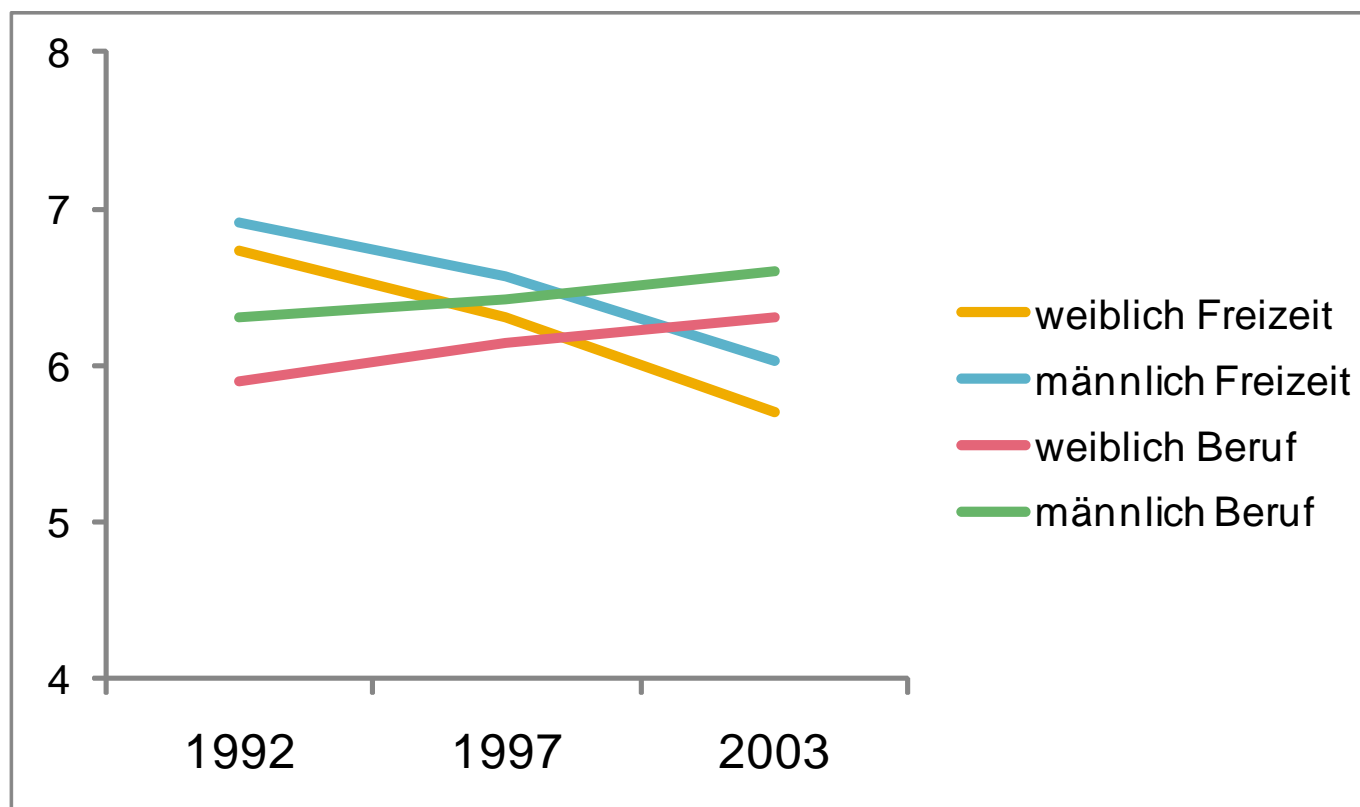
Quelle: DJI-Jugendsurvey 2003; * Zustimmung zu den Skalenpunkten 5 und 6 einer Skala von 1(=überhaupt nicht wichtig) bis 6(=sehr wichtig).

Wichtigkeit von Lebensbereichen bei 16- bis 29-Jährigen, 1992 und 2003 (Mittelwerte)



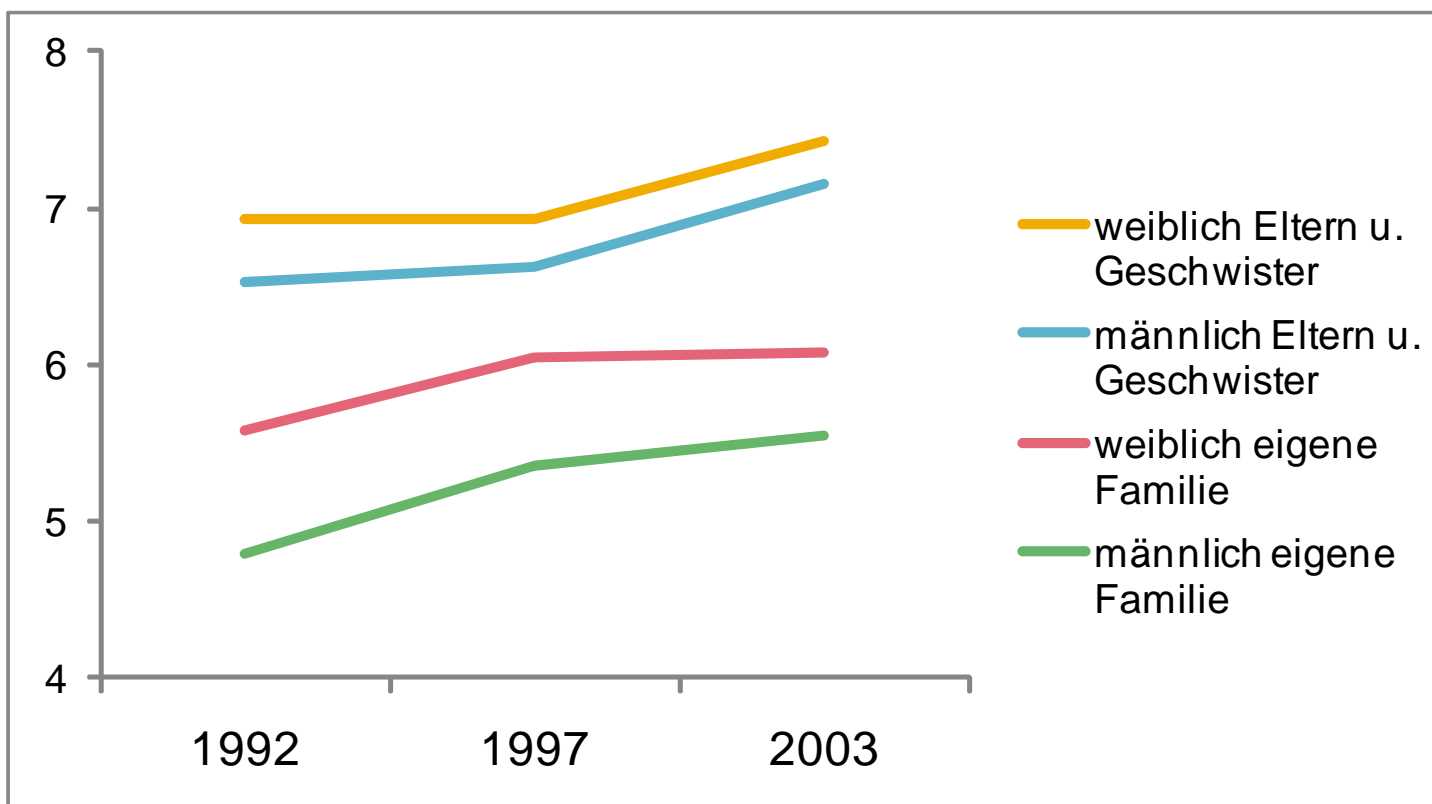
Quelle: DJI-Jugendsurvey
1992 und 2003.
*Mittelwerte einer Skala
1=überhaupt nicht wichtig bis
7=sehr wichtig.

Relative Bedeutung von "Freizeit und Erholung" und "Beruf und Arbeit" nach Geschlecht, 1992 bis 2003



Quelle: DJI-Jugendsurvey 1992, 1997 und 2003
Mittelwerte einer Skala von 1 bis 10.

Relative Bedeutung von "Eltern und Geschwistern" und "eigene Familie und Kindern" nach Geschlecht, 1992 bis 2003



Quelle: DJI-Jugendsurvey 1992, 1997 und 2003
Mittelwerte einer Skala von 1 bis 10.

Wertorientierungen 16- bis 29-Jähriger 1992, 1997 und 2003
 In Prozent der Befragten, die diese Werte für sehr wichtig halten

	1992	2003	Differenz 2003- 1992
Selbstentfaltung:			
Selbstverwirklichung:			
<i>eig. Fähigkeiten entfalten</i>	77	83	6
<i>sich selbst verwirklichen</i>	70	76	6
<i>unabhängig sein</i>	68	75	6
Kritikfähigkeit:			
<i>durchsetzungsfähig sein</i>	68	68	0
<i>sich gegen Bevormundung wehren</i>	72	61	-11
<i>kritisch sein</i>	64	58	-5
Konventionalismus:			
Pflicht/Akzeptanz:			
<i>pflichtbewusst sein</i>	60	78	18
<i>sich anpassen</i>	31	34	3
Leistung:			
<i>etwas leisten</i>	67	75	8
<i>ehrgeizig sein</i>	50	60	10
Materialismus:			
<i>auf Sicherheit bedacht sein</i>	57	61	4
<i>ein hohes Einkommen anstreben</i>	64	57	-7

Quelle: DJI-Jugendsurvey 1992 und 2003

* Anteil der Befragten, die die Skalenpunkte 8 bis 10 gewählt haben. Die Skala reicht von 1 (=überhaupt nicht wichtig) bis 10 (=sehr wichtig).

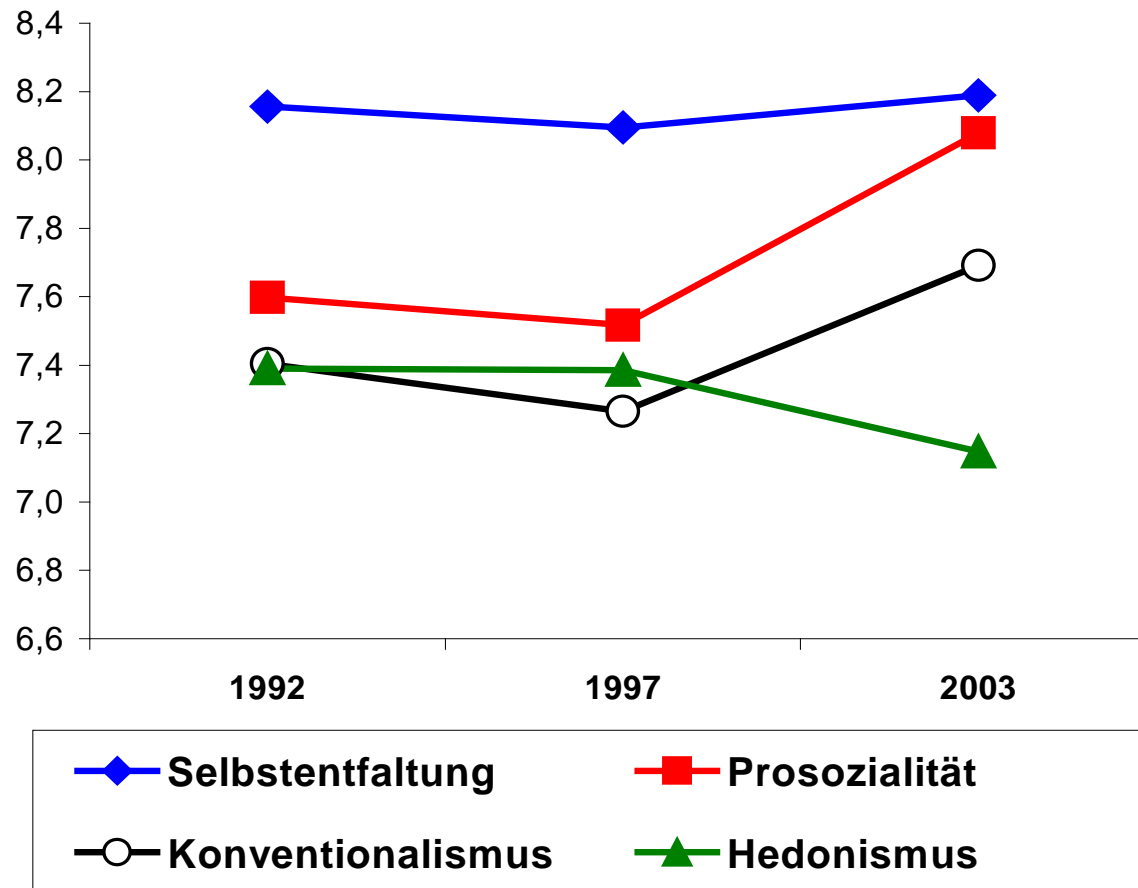
Wertorientierungen 16- bis 29-Jähriger 1992, 1997 und 2003
 In Prozent der Befragten, die diese Werte für sehr wichtig halten

	1992	2003		Differenz 2003- 1992
Prosozialität/				
Verantwortungsbereitschaft:				
<i>anderen Menschen helfen</i>	60	74	▲	14
<i>Rücksicht auf and. nehmen</i>	59	71	▲	12
<i>Verantwortung für andere übernehmen</i>	51	62	▲	11
Hedonismus:				
<i>das Leben genießen</i>	68	76		8
<i>ein aufregendes Leben führen</i>	48	45	▼	-4
<i>tun und lassen, was man will</i>	47	29	▼	-18

Quelle: DJI-Jugendsurvey 1992 und 2003

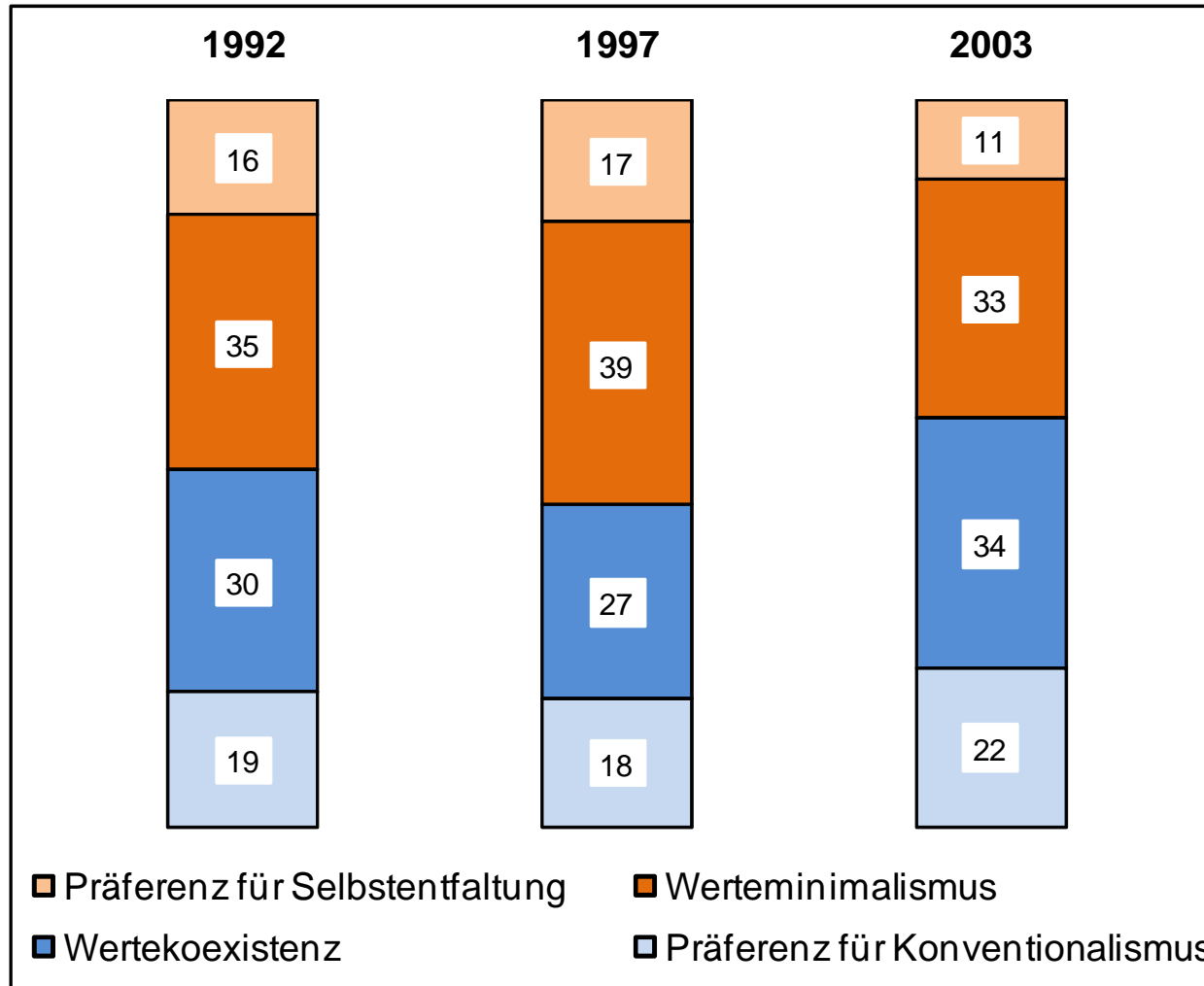
* Anteil der Befragten, die die Skalenpunkte 8 bis 10 gewählt haben. Die Skala reicht von 1 (=überhaupt nicht wichtig) bis 10 (=sehr wichtig).

Wertewandel bei den 16- bis 29-Jährigen zwischen 1992 und 2003: dargestellt anhand der vier Wertedimensionen (Mittelwerte*)



Quelle: DJI-Jugendsurvey 1992, 1997 und 2003; * Mittelwerte einer Skala von 1 bis 10.

Wertetypologie "Selbstentfaltung versus Konventionalismus"



Quelle: DJI-Jugendsurvey 1992, 1997 und 2003

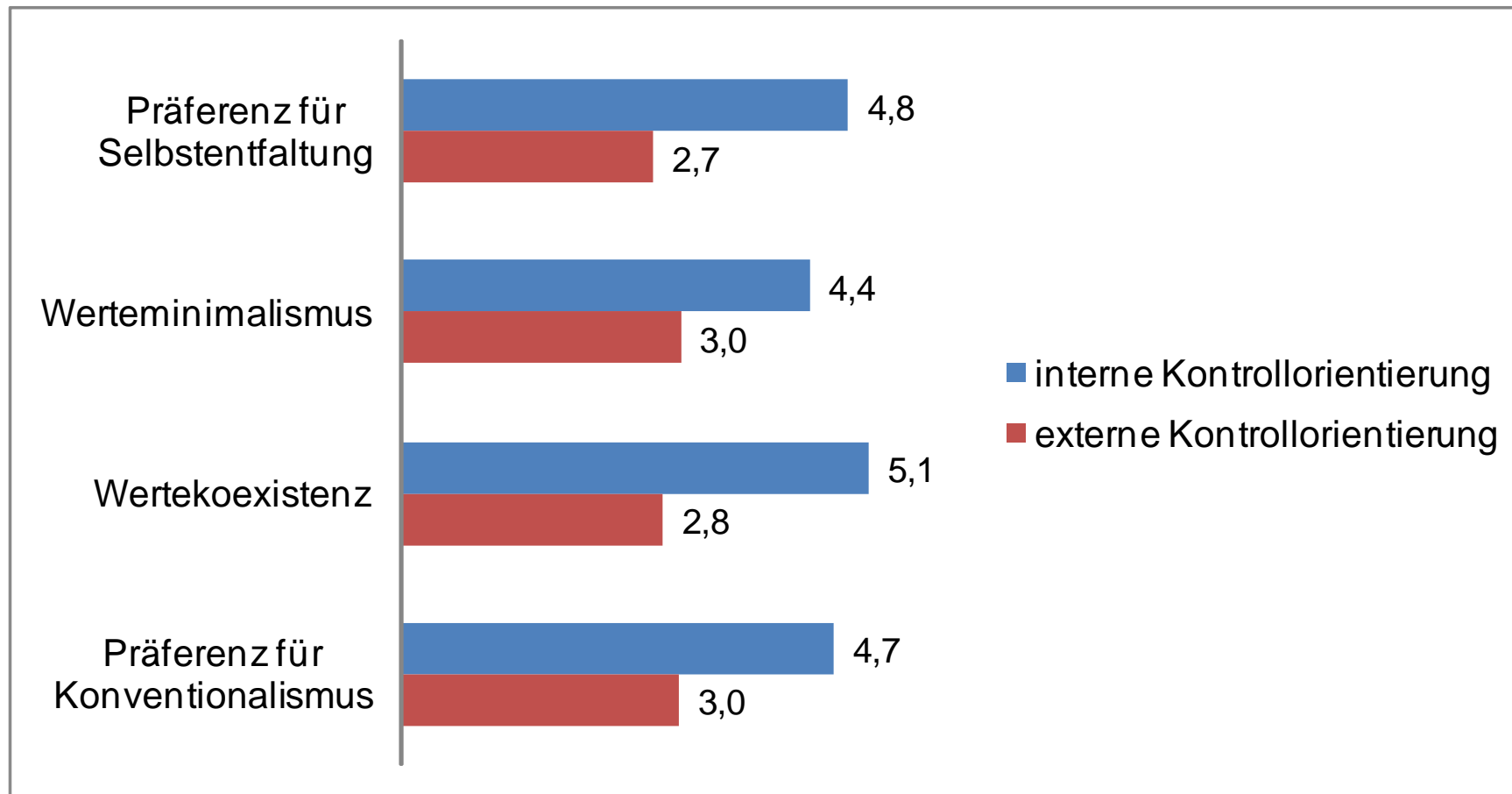
Interne und externe Kontrollüberzeugungen* bei 16- bis 29-Jährigen
(Zeilenprozent und Mittelwert)

	<i>trifft nicht zu</i>	<i>trifft mittel zu</i>	<i>trifft zu</i>
Interne Kontrollüberzeugungen			
Ich übernehme gern Verantwortung	5	37	59
Es hat sich für mich als gut erwiesen, selbst Entscheidungen zu treffen, anstatt mich auf das Schicksal zu verlassen	2	27	72
Bei Problemen und Widerständen finde ich in der Regel Mittel und Wege, um mich durchzusetzen	2	34	64
Externe Kontrollüberzeugungen			
Erfolg ist oft weniger von Leistung, sondern vielmehr von Glück abhängig	37	48	15
Ich habe häufig das Gefühl, dass ich wenig Einfluss darauf habe, was mit mir geschieht	49	40	11
Bei wichtigen Entscheidungen orientiere ich mich oft an dem Verhalten von anderen	41	47	12

Quelle: DJI-Jugendsurvey 2003

*Antwortskala von 1 "trifft überhaupt nicht zu" bis 6 "trifft voll und ganz zu".

Wertetypen und Kontrollorientierungen (Mittelwerte)



Quelle: DJI-Jugendsurvey 2003

*Antwortskala von 1 "trifft überhaupt nicht zu" bis 6 "trifft voll und ganz zu".

Fazit

- Die jungen Menschen reagieren in ihren Lebenskonzepten und Werteprofilen auf die neuen gesellschaftlichen Herausforderungen: Ausbildung und die berufliche Etablierung rücken immer mehr ins Zentrum der Lebensplanungen, aber auch Partnerschaft und Familie werden zu immer wichtigeren Bezugspunkten.
- Erfahrungen von Handlungswirksamkeit stehen in einem Zusammenhang mit einem positiv ausgerichteten Werteprofil und einer selbstbestimmten Zukunftsplanung. Dabei geraten neben den klassischen Einflussfaktoren von Geschlecht, Bildung, soziale Herkunft und Migration auch die positiven Beteiligungserfahrungen junger Menschen sowie ihre soziale Integration in den unterschiedlichen Lebensfeldern in den Blick.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!