

Südkoreanische Jugendliche Von der „Orangensippe“ zur „Generation X“ und der „386-Generation“

Von Valérie Gelezeau

Fotos: Cathy Remy

Wenn man durch die Straßen Seouls läuft, insbesondere durch bestimmte Gegenden wie das Galleria-Kaufhaus (*Galleria Paekhwajòm*) in Apkujòng, durch Chongno oder durch Myòngdong, dann bemerkt man an den Jugendlichen, die einem über den Weg laufen, eine doch eigenartige Besonderheit. So unpraktisch wie es auch scheint, –und obwohl viele Mädchen diese kleinen modischen Rucksäckchen herumtragen- sie alle tragen in ihren Händen das unumgängliche Handy oder ein Portemonnaie. Wenn man nach dem Grund fragt, erklären einige, daß sie das Portemonnaie nicht in ihre Tasche packen, sondern lieber in der Hand mit sich tragen, damit das elektronische Chip ihrer Kreditkarten nicht von den Schlüsseln deaktiviert wird, die sie ja ebenfalls unvermeidlich mit sich führen müssen, um zu Hause wieder reinzukommen. Metall oder Elektronik- man muß sich entscheiden, was man lieber mit sich herumträgt... Nachdem ich diese interessanten Neuigkeiten gehört hatte- und nachdem ich bemerkt hatte, daß diese besondere Angewohnheit nur die koreanischen Jugendlichen in ihren zwanziger Jahren betraf- fing ich an darüber nachzudenken, daß diese jungen Leute herumlaufen und irgendwie in ihren Händen einige der Attribute präsentieren, die die heutige moderne koreanische Gesellschaft beschreibt. Das Handy als ein Symbol für Modernität und das Portemonnaie als ein Symbol für Geld: Zwei Hauptwerte, die die junge Generation schon gut für sich angenommen hat, da sie während des wirtschaftlichen Booms des Landes aufgewachsen sind. Dies sind zwei Hauptwerte der sogenannten 'Generation X' (*X sedae*). Die 'Generation X' wurde nach Mitte der 70er Jahre geboren und mußte daher nicht dieselben Opfer bringen, die ihre Eltern für den wirtschaftlichen Aufstieg ihres Landes erbringen mußten. Sie mußten auch nicht unter der Zeit der Einschränkungen leiden, unter der noch ihre älteren Geschwister, die in den 60er Jahren geboren wurden, als Kinder gelitten haben mögen. Weil die 'Generation X' nur Wohlstand und Entwicklung kennt, konnte sie sich irgendwie nie vorstellen, was es bedeutet, wenn ältere Leute sagen: „Wir hatten nicht immer drei Mahlzeiten am Tag“. Für sie war Geld nie ein Problem, und sie geben auch eine Menge davon aus. Heute ist der Schatten der asiatischen Wirtschaftskrise weit entfernt. Aus diesem Grund nehmen einige Leute an, daß die 'Generation X' die Nachfolger der sogenannten „Orangensippe“ (*Oraenji-jok*) ist; deren Vertreter in den späten 80er und in den 90er Jahren oft die reichen Gegenden in Apkujòng bevölkerten. Tatsächlich gibt es aber zwischen diesen beiden Gruppen Unterschiede.

Mir sind viele verschiedene Erklärungen für den Begriff „Orangensippe“ zu Ohren gekommen. Einige behaupten, daß die „Orangensippe“ bestimmte junge Koreaner waren, deren Familien wohlhabend genug waren, um sie in den USA studieren zu lassen, und die dann in den Ferien nach Seoul zurückkamen. Die meisten von ihnen kamen von Universitäten aus Kalifornien, dem Land der Orangenbäume- daher der Name. Andere behaupten ganz einfach, daß diese wohlhabenden Kinder mit westlichen Eßgewohnheiten aufgewachsen sind: Pizza, Cola und viel Orangensaft. Aber ganz gleich, welche Orange der „Orangensippe“ ihren Namen gab, diese Gruppe war bekannt für die Unsummen an Geld, die sie in nur einer Nacht zum Spaß (manchmal bis zu 1 Mill. Wòn, d.h. ca. 1.800 DM) ausgaben, oder für moderne Kleidung, bevorzugt berühmte und teure ausländische Marken, und für Luxusgüter ausgaben.

Die „Generation X“ ist ziemlich anders. Zu aller erst sind ihre Mitglieder etwas jünger. Ein weiterer Unterschied ist, dass, obwohl die Angehörigen der „Generation X“ in der neuen, mit dem wirtschaftlichen Aufschwung

entstandenen urbanen Mittelschicht und in der urbanen Bourgeoisie (*toshi chungsan ch'üng*) überrepräsentiert ist, sie doch nicht ganz so auffallend wohlhabend sind wie die Leute der „Orangensippe“. Die Bedeutung beider Begriffe erklärt den Unterschied ebenfalls: Die „Orangensippe“ ist eine Gruppe, die zu einer bestimmten sozialen Schicht gehört, während die „Generation X“ mit einer bestimmten Altersgruppe verknüpft ist. Das heißt, daß das wenn man zur ‚Generation X‘ gehört, so ist damit, abgesehen von den wirtschaftlichen Mitteln, eine besondere Geisteshaltung verbunden.

Der Begriff „Generation X“ selbst weist darauf hin: Es geht um eine bestimmte Freiheit, die eine Verschiebung weg von traditionellen Werten hin zu neuen zeigt, wenn nicht sogar ein Bruch mit ihnen: Es geht um weniger Beachtung der Hierarchien, der Werte der Vorfahren oder der etablierten sozialen Ordnung, dafür mehr Beachtung der eigenen Bedürfnisse und eigenen Hoffnungen. Einfach ausgedrückt, sie sind individualistischer, was einen ziemlichen Wandel in einer asiatischen Gesellschaft darstellt, die traditionell vom Vorrang der Gruppe gegenüber dem Individuum geprägt wurde. Erwachsene und ältere Jugendliche beurteilen die „Generation X“ daher als eine sehr selbstsüchtige Altersgruppe. Manchmal kann man Aussagen hören wie: „Die meisten haben nur einen Bruder oder eine Schwester, sie haben nie gelernt zu teilen, was sie haben.“ Ein hartes Urteil, das aber eher einen Generationskonflikt erkennen läßt, als ein reales Einstellungsproblem auf Seiten der jungen Generation. Tatsächlich aber wird ihr Ruf nach mehr Freiheit oder Unabhängigkeit auf sanfte Weise ausgedrückt, nämlich ganz und gar ohne Aggressivität, indem z.B. eigene Frisuren kreiert werden.

Es fällt auf, dass die meisten der „Generation X“ ihre Haare färben, sei es ein helles Braun mit einer eher klassischen Mädchenfrisur oder sei es ein auffallendes Lila mit einem exzentrischen Haarschnitt. Sogar die Jungs machen da mit: mit langen Haaren und Pferdeschwänzen in umwerfendem Blond oder Rot oder auch nur mit blondierten Strähnen - all das, was einen noch vor einem Jahrzehnt zum völligen Außenseiter der Gesellschaft gemacht hätte.

Die „Generation X“ ist in der Tat sehr anders als die vorhergegangenen Gruppen von Jugendlichen. Insbesondere unterscheidet sie sich von der so genannten „386-Generation“ (*sam p'al yuk sedae*), obwohl die beiden Gruppen nur zehn bis 15 Jahre teilen. Wie häufig in Korea stehen die Zahlen 386 für bestimmte Daten: „3“ (*sam*) steht für Leute in ihren 30ern, „8“ (*p'al*) für deren High School-Abschluss in den 80er Jahren und „6“ (*yuk*) für deren Geburt in den 60ern. Es gibt verschiedene Unterschiede, die die „386“ von den „X“ absetzen; das fängt bei der technologischen Lücke an. Während die „386-er“ erst in der Universität anfangen, Computer zu benutzen, wurde die „Generation X“ fast mit einer Computermaus in der einen und einem Handy in der anderen Hand geboren. Sie surfen im Web und *chaten* mit Freunden auf der anderen Seite der Erde. Außerdem unterscheiden sie sich voneinander von ihrer politischen Einstellung. Im Vergleich zu den „X“ sind die „386-er“ heute eher konservativ im Sinne der Orientierung an traditionellen Werten, und dies obwohl viele von ihnen während ihrer Universitätszeit an gewaltsamen Demonstrationen gegen das Diktaturregime teilnahmen. Aber selbst zu jener Zeit war ihre Forderung nach Demokratie ein kollektives Projekt, während die individualistischen „X-er“ keine kollektiven Einstellungen zu haben scheinen. Beide Gruppen haben auch sehr verschiedene Haltungen zur Außenwelt. Während die „386-er“ eher ein Anti-USA-Gefühl entwickelte, ist die „Generation X“ zur Welt sehr aufgeschlossen; sei es die Idee der Globalisierung (*segzehwa*) oder einfach der amerikanische Einfluss. Dies zeigt sich dann eben auch im Stil von Frisuren und Kleidung: Mützen und Rasterlocken, T-shirts mit amerikanischen Aufdrucken, Westernhemden.

Außerdem - wie mir einer der „Generation X“ sagte, dem es egal war, ob er meine Gefühle als einer „386-er“ verletzte - „verglichen mit uns, sind die „386-er“ ziemlich altmodisch.“ In der Tat verändert sich die Mode in Südkorea so schnell, dass es die gesamte Zeit und Energie eines gesunden 20jährigen Studenten einnehmen kann, immer auf dem neuesten Stand zu sein. Wenn man aber einen Job und eine Familie, um die man sich kümmern muß, wird man bald nicht mehr genug Zeit dafür haben und schnell zu einem Außenseiter werden. Das gleiche gilt für Schüler, die durch die „Schulhölle“ (*hakkyo chiok*) gehen. Deren Kraft wird vollkommen auf das Bestehen der Aufnahmeprüfungen für eine der renommierten Universitäten konzentriert. Außerdem tragen sie sowieso standardisierte Schuluniformen. Aber ein Freiheitsaspekt, der von der „Generation X“ entdeckt wird, wenn sie das Studium an der Universität anfängt, besteht darin, sich die Kleidung auszusuchen und sich modisch zu geben, wenn sie nicht sogar den Modetrend setzen.. Wie die Koreaner sagen: „Sie nehmen den ersten Schritt in Richtung Mode“ (*yuhaeng ùi ch'ómdan ùl komnunda*), indem sie regelmäßig ihre Kleidung, Accessoires und Posen erneuern. Lange abgeschnittene Jeans über hohen Absatzschuhen mögen für Mädchen schon wieder out sein, wie auch die riesigen Schuhe, die noch vor ein paar Monaten von Jungen getragen wurden. Der Trend des Modesommers 1999, die Ärmel eines Sakkos wie der Star Ruy Shi-Wòn in einem Fernseh-drama halb hoch zu krempeln ist wahrscheinlich längst durch einen neuen Trend ersetzt.

Natürlich zeigt dies auch, wie gut die „Generation X“ die Werte einer Massenkongsumgesellschaft angenommen hat. Es verdeutlicht zugleich, wie sich rasant verändernde Gesellschaften, hier Südkorea, und besonders die heranwachsenden jungen Generationen das Neue gegenüber dem Vergangenen idealisieren. So kann es dann auch durchaus sein, dass all diese Bilder- und mit ihnen dieser Artikel- schon veraltet sind, wenn sie veröffentlicht werden. So ist es immer, wenn man sich mit dem heutigen Korea beschäftigt, wo das Neue eine Form des Absoluten repräsentiert: Schon einen Tag später befaßt man sich mit etwas Altem.

Über. aus dem Englischen: Yoon Young-Kyung.

Dr. Valérie Gelezeau unterrichtet als Assistant Professor Geographie an der Marne-la-Vallée Universität, Frankreich. Im Jahr 1999 verteidigte sie Ihre Doktorarbeit zur Entwicklung von Apartmentkomplexen in Seoul.

Cathy Remy ist Fotografin und arbeitet für das Magazin Courier International. Sie bereiste zahlreiche asiatische Länder wie China, Japan, Korea, Mongolei und Vietnam, wo sie viele Motive und Inspirationen für Ihre künstlerische Arbeit fand.

This document was created with Win2PDF available at <http://www.daneprairie.com>.
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.