

# Inhalt

<i>Einleitung</i>	Von der Jugend zu den Jugendlichen	9
1.	Die Jugend als Sozialgebilde	9
2.	Die Jugend und die Dampfmaschine	12
3.	Entdeckung und Fall der Jugend	17
<i>Erster Teil</i>	Hauptrichtungen der Jugendkultur seit dem Zweiten Weltkrieg	19
1.	Das allgemeine Klima	19
1.1.	Die fünfziger Jahre: Rock 'n' Roll, Jeans und Lederjacken	19
1.2.	Die sechziger Jahre: Pop, lange Haare und Utopien	20
1.3.	Die siebziger Jahre: alternative Erfahrungen	22
1.4.	Die achtziger Jahre: Verzweiflung und Zorn	22
2.	Bewegungen und Protest der Jugendlichen in der Schweiz	28
2.1.	1968	28
2.2.	Die Forderung nach autonomen Zentren	30
2.3.	Die Suche nach einer anderen Lebensart	35
<i>Zweiter Teil</i>	Jung sein in der Schweiz von heute: die Jugendlichen selbst	39
1.	Der Anteil der Jugendlichen an der Bevölkerung	39
2.	Soziodemographische Merkmale der Jugendlichen	42
2.1.	Heranwachsende und junge Erwachsene	42
2.2.	Verhältnis der Geschlechter	43
2.3.	Schweizer und Ausländer	43
2.4.	Studium, Ausbildung, Arbeit	44
2.5.	Geographische Streuung der Jugendlichen	47
2.6.	Die Jugendlichensterblichkeit und ihre Gründe	49
2.7.	Jugendliche und Kriminalität	51
<i>Dritter Teil</i>	Jung sein in der Schweiz von heute: die Werte	53
1.	Einleitung	53
2.	Verhältnis zur Welt	56

3. Was denken Jugendliche über die Schweiz	60
3.1. Hauptprobleme in der Schweiz	60
3.2. Die Sicht der Schweiz	62
3.3. Die Einschätzung der verschiedenen Regionen	63
3.4. Die Armee	64
3.5. Religion	65
3.6. Drogen	65
3.7. Die Jugendlichen und die Politik	66
4. Wünsche und Ängste	71
4.1. Geselligkeit	74
4.2. Schule und Arbeit	75
4.3. Die Freizeit	80

*Vierter Teil* Jung sein in der Schweiz von heute:  
die Verhaltensweisen

I. Draufgänger und Ausgeschlossene	82
1.1. Yuppies und Golden Boys: Erfolg um jeden Preis	82
1.2. Auf der Gasse: Marginalität und Delinquenz	84
1.3. Der Weg ins Abseits: die Drogensüchtigen	87
2. Die Jugendlichen und die Politik: «Je t'aime, moi non plus!»	89
2.1. Die Eidgenössische Kommission für Jugendfragen	91
2.2. Die Jugendparlamente	95
2.3. Neue Arten der Mobilisierung	99
3. Töchter und Söhne der Konsumgesellschaft	104
3.1. Einkommen	105
3.2. Ausgaben	106
3.2.1. Hauptsache: der «Look»	106
3.2.2. Musik, Medien und Ausgang	107
4. Liebe und Aids	112

*Schlußfolgerung* Die Jugendlichen: verschiedene Bilder,  
aber auch eine Realität

1. Brave, ernsthafte Jugendliche	115
2. Offene, erwartungsvolle Jugendliche	116
3. Überfluß + Unangemessenheit = Mangel	117
4. Ein Ort für sich	118

5. Gründe der Unzufriedenheit	119
6. Freizeit: (erträumte) Freiheit und (echte) Zwänge	120
7. Der Konsum	120
8. Der Look	121
9. Stadtkulturen	124
10. Gesellschaftliche und politische Integration	124
11. Rückzug auf das Privatleben und die Kurzfristigkeit	125
12. Jugend ohne Jugendliche	126
Quellennachweise	130
Literatur	132
Nützliche Adressen	135