

Ben Bachmair

In der Abgrenzung zusammenfinden – die Rolle von Alltagsästhetik und Stilen in der postmodernen Lebenswelt

1. Auf dem Weg zu einer neuen Differenzierung der Gesellschaft

Die kommunikations- und informationstechnologische Verbindung von Netzen mit Fernsehen und Computer zum Daten-Highway und zur Multimedia-Anwendung geschieht in einer sich dazu adäquat verändernden Gesellschaft, die sich nach Lebensstilen¹ differenziert. Zum Vergleich ein Blick eine Generation zurück auf den Beginn des Fernsehens: In den fünfziger und sechziger Jahren entwickelte sich Fernsehen in einer Gesellschaft, die hierarchisch nach Schichten differenziert war. Fernsehen hatte damals ein Publikum, das sich hierarchisch nach Schichten in Oben/Mitte/Unten gliederte. Kultur, dazu gehörte Fernsehen, paßte zu diesen Schichten und ließ sich auch als schichtspezifisches Abgrenzungsmittel einsetzen, weil die Zuschauer schichtspezifisch nach ihren Vorlieben einzuordnen und anzusprechen waren. Diese vertikale Gliederung nach Schichten verschiebt sich zur Zeit in eine horizontale Gliederung nach Stilen und entsprechenden kulturellen Milieus. Natürlich ist es immer noch wichtig, ob Kinder in einer bildungs- und sprachorientierten Mittelschichtfamilie aufwachsen und dann auf Lehrer mit einem ähnlichen schichtspezifischen Kulturhintergrund treffen. Wenn man sich jedoch umschaut, zeigt sich daneben eine stilistische Differenzierung nach Mode, Mediovorlieben oder Freizeitpräferenzen, die quer liegt zur Schichtgliederung nach Einkommen, Beruf und Bildung. Kinder, Jugendliche und Erwachsene unterscheiden sich von einander bzw. finden sich beispielsweise über die Kappen und Jeans, die sie sich kaufen bzw. die sie ablehnen. Dabei stehen Kappen und Jeans in einer Fülle anderer, ästhetisch gleichartiger Konsumobjekte, Medien, Freizeitaktivitäten und Orte.

Hierzu als ein Beispiel von vielen, das Zeitungsinserat einer süddeutschen Modekette, die für ihren „NIKESHOP“ in der regionalen Zeitung wirbt. Vor einer violetten Wolkenkulisse spielt ein farbiger Basketballer in Sportkleidung gegen einen jungen Weißen in Straßenkleidung mit Sweatshirt und Baseballkappe (wie zu erwarten, mit Schirm nach hinten). Kenner wissen sofort, es geht um Streetball. Das ist eine Mischung aus Basketball, Freiluftdisco mit Hip-hop², Cola und lockeren Klamotten (oversized, Kappen, teure Turnschuhe). Dazu gehört der Spaß am fixen Ballspiel in freien Nischen einer Stadt. Es ist ganz und gar kein Vereinssport. Streetball ist jedoch nicht nur irgendeine neue Sportart, es ist zugleich ei-

ne Jugend-Szene mit dem Image des Aufbruchs aus dem Ghetto, bei dem der eigene Körper bei Spiel und Kommunikation im Mittelpunkt steht. Musik, Aktivitäten und Anzihsachen passen zusammen und sind zudem als Erkennungszeichen und Verständigungsmaterial objektiviert. Deshalb läßt sich die Adressatengruppe für diese Anzihsachen auch eingrenzen und das Marketing für Turnschuhe, Bälle, CDs, Hosen, Sweatshirts, Sender usw. gut planen. Die Werbung bringt aber mehr als nur die Reklame für Kaufprodukte; Werbung wird sozusagen zur Metaebene, zum symbolischen Rahmen einer Jugendszene.

Ein zweites Beispiel für die sich abzeichnende neue Sozialstruktur der Szenen und Milieus, die sich über „ihre“ stilistisch passenden Elemente organisiert, ist die Zuschaueranalyse, die der Sender Pro7 1994 hat durchführen lassen.³ Danach gliedert sich das Pro7-Publikum nicht nach der Dimension „oben/unten“, sondern in „Entspannungssucher“, „Mediensurfer“, „Gefühlsbetonte“ und „Actionfans“.



Gefühlsbetonter Entspannungssucher beim Mediensurfen

Diese Nutzertypen haben aufgrund ihrer „Werteorientierung“ und ihrer „sozialen Lage“⁴ unterschiedliche Programm- und Nutzungsvorlieben, die die Rezeption mit dem alltäglichen Handeln über spezifische Stile verbinden. Hier die Merkmale dieser vier Nutzergruppen:

„Die Entspannungssucher:

- Beruflich stark beanspruchte Männer und Frauen
- Bedürfnis, immer gut informiert zu sein, Bescheid zu wissen, mitreden zu können
- Nutzung von TV sowohl zur Information als auch – vor allem (!) – zur Entspannung als ‚Streßlöser‘
- Auseinanderklaffen zwischen Anspruch und Verhalten: Entspannung auch durch ‚leichte Kost‘ (konflikthaft!)
- Klare Sendungspräferenzen: Kinofilme/Spielfilme eines mittleren Anspruchsniveaus
- Darauf bedacht, sich immer gut zu präsentieren, hohe Kritikfähigkeit
- Sowohl aktive, erlebnisorientierte Freizeit als auch Erholung und Streßlösung“ (S. 13)

„Die Mediensurfer:

- Junge Leute, mit TV groß geworden
- Souveräner Umgang mit einer Vielzahl von Medien
- Unregelmäßige, aber häufige Nutzung des Fernsehens
- Nutzung einer breiten Palette an Sendungen, ‚alles, was Spaß macht‘, vor allem Spielfilme, Serien
- Keine Sendertreue, freies und souveränes ‚flottieren‘ durch die Kanäle
- Wache und kritikfähige Grundhaltung, aber nicht ‚verkopft‘ und rigide
- Vielseitige Freizeitinteressen, großer Freundeskreis“ (S. 30)

„Die Gefühlsbetonten:

- Hausfrauen und Mütter, deren Lebensmittelpunkt die Familie ist
- An Medien gerichtetes Bedürfnis nach Emotionalität, Gemeinschaft, Teilnahme an der Welt
- Fernsehen ist unentbehrlicher Bestandteil des Alltagslebens
- Regelmäßige und häufige Nutzung des Fernsehens (lediglich zur Unterhaltung)
- Interessen an Familienserien, ‚weichen‘ Filmen und Shows (Identifikation und Emotion)
- Meist häusliche Nutzung der Freizeit, Bedürfnis nach ‚Alltagsflucht‘“ (S. 47)

„Die Actionfans:

- Männliche Handwerker und Arbeiter
- Regelmäßige, ‚ritualisierte‘ Nutzung von Medien im Alltag
- Wunsch nach packender Information und Unterhaltung, abwechslungsreich und spannend (‚starke Reize‘)
- Interesse für Actionfilme, Sport und Informationssendungen
- ‚Starker-Mann‘-Syndrom, Ablehnung von Passivität und ‚Gefühlsduselei‘
- Wunsch nach Freiheit und Ungebundenheit in der Freizeit“ (S. 64)

Wie kommt es zu dieser neuen Form der Abgrenzung und der Integration? Hierfür ist die Konsumorientierung der modernen Industriegesellschaft der

Auslöser. Die Menschen bauen sich individuell ihre verschiedenen Lebenswelten auf. Sie verwenden dazu Konsumangebote, gerade auch die Medien, jedoch nicht als eigenständige, isolierte Elemente, sondern als aufeinander bezogene Teile komplexer Arrangements, die unterschiedliche Themen und „Kristallisationskerne“ haben. So kann Sport solch ein „Kristallisationskern“ sein und den Inszenierungsrahmen für stilistisch und thematisch unterschiedliche Szenen abgeben. „Wrestling“ und „Streetball“ sind hierfür immer noch aktuelle Beispiele, die ihren jeweiligen Fans gegensätzliche Stile bieten. So ist Wrestling eine sprachlose und groteske Kampf-Inszenierung, die als Körper-Ritual funktioniert. Streetball-Fans handeln dagegen aus, wer, wo, wann, mit wem und wie spielt. „Aushandeln“ oder „Ritual“ ist einer der wichtigen Unterschiede bei denen es nicht darum geht, oben oder unten zu sein, sondern welche Lebensstile man bevorzugt. Die Kristallisationskerne solcher Szenen scheinen beliebig und nur dem individuellen Geschmack unterworfen zu sein. Wer es nicht mit dem Körper hat, der kann sich unterschiedlichen Musikstilen anschließen und beispielsweise zum „Techno Rave“ nach Berlin oder Zürich abschwirren oder, alternativ, sich mit Hiphop-Fans treffen. Neben Körper, Musik finden sich Jugendliche über ihren Staßenstil⁵ – beispielweise als Punks oder Skins – auf Straßen, Plätzen, Bahnhöfen usw. Weniger sichtbar sind Fan-Gruppen vom Typ der Computer-Hacker oder der Video-Gruppen⁶.

Wer nicht weiß, wo der Unterschied zwischen Techno oder Hiphop liegt, wer die diversen Staßenstile einer x-beliebigen europäischen Großstadt oder die Zwitterformen von Sport und Show nicht kennt oder benennen kann, hat sicher mehrere Varianten, mit diesen aktuellen kulturellen Erscheinungsformen umzugehen. Für Pädagogen ist es vielleicht sinnvoll und hilfreich, mit der Idee der Multikulturalität die aktuellen Formen gesellschaftlicher Differenzierung in Augenschein zu nehmen und zu bewerten. Diese gesellschaftliche Differenzierung geschieht im Feld der Kultur und wird damit, auch nach traditionellem pädagogischen Verständnis, zur pädagogischen Aufgabe, die jedoch aus vertrauten Denkmustern herausfällt. Traditionell wird Kultur eher als übergreifender Bezugsrahmen gesehen, den gemeinsame Sprache und Geschichte zusammen mit ihren sichtbaren Objektivationen, z.B. Kunstwerke, abstecken und garantieren. Die Grenzen laufen demnach tatsächlich räumlich zwischen Kulturen. Multikulturalität ist in diesem Sinne eine Folge von Wanderungsbewegungen der Menschen. Als der Brite Basil Bernstein in den 60er Jahren die kulturelle Funktion schichtspezifischer Sprachstile thematisierte (Wie sprechen Unterschichtkinder?), begann sich theoretisch abzuzeichnen, daß auch die sprachliche Grundlage einer Kultur immer schon Differenzen beinhaltet.⁷ Von Basil Bernstein lernend, haben Pädagogen der siebziger Jahre dann versucht, die Sprache der Unterschichtkinder nicht den unreflektierten Normen der

Mittelschichtsprache der Lehrer zu unterwerfen. Diese Sprachdifferenz zwischen Mittel- und Unterschicht ist heutzutage vergleichsweise gering angesichts der kulturellen Entwicklung in der konsumentorientierten Industriegesellschaft. In ihr dominiert die Differenz, und zwar als Folge zunehmender Individualisierung und der konsequenten Transformation von immer mehr Lebensbereichen in symbolische Formen, indem immer mehr zeichenhaft wird. Medialisierung oder Informationstechnologie sind hier relevante Stichwörter. Die neuen Erlebnis- und Ausdrucksformen von Kindern und Jugendlichen, ihre merkwürdigen Lebens- und Kulturformen sind jedoch nichts anderes als ein Spiegel dieser Entwicklung, die sich, sicherlich noch sehr grob und mit viel zu spezialisiertem Vokabular, theoretisch skizzieren läßt.



Sogenannter „Neuer Jugendlicher“

2. Alles wird zu Zeichen

Die Dynamik der Kultur von Kindern und Jugendlichen erschließt sich, wenn man nach der Funktion von Zeichen und symbolischen Angeboten im Alltagsleben fragt bzw. herausarbeitet, wie Kinder und Jugendliche damit umgehen. Nimmt man Fernsehen, das immer noch dominierende symbolische Angebot, als Erklärungshilfe, dann „zappen“ oder „switchen“ sich die Kinder oder die Jugendlichen durch den Alltag. Sie mischen sich Angebote des Fernsehens, des Musikmarktes, der Werbung und vieles mehr in den Fluß ihres eigenen Lebens. Um eine andere Metapher zu verwenden: Sie holen sich alles das aus dem Käufer- und Nutzer-Markt, was sie zur Gestaltung ihrer individuellen Lebenswelt brauchen. Theoretisch formuliert geht es um Prozesse der Bedeutungskonstitution, bei denen Medien-Arrangements und Alltagsästhetik eine wesentliche Rolle als symbolisches

Material spielen. Medien-Arrangements und Alltagsästhetik sind jedoch nicht nur symbolisches Material, sondern auch Ergebnis der individuellen Bedeutungskonstitution.

Bedeutungskonstitution: sich durch den Alltag zappen

Die theoretische Kategorie der Bedeutungskonstitution verweist auf die zentrale soziale Aktivität in einer von Medien und Konsum dominierten Kultur. So setzen individualisierte soziale und kulturelle Aktivitäten voraus, daß die Menschen Medien und anderen Symbolangeboten individuell ihre eigene Bedeutungen verleihen. Die Prozesse der sinnvollen Gestaltung der Alltagswelt durch die Rezipienten basieren also auf der individuellen Auswahl und Deutung insbesondere des Medienangebots. Natürlich stellten sich die Menschen der Industriegesellschaft auch schon in den Zeiten vor dem Fernsehen ihre Lebenswelt als eigenen Alltag und als eigene Interpretationswelt vielfältig her.⁸ Das Vordringen von Medien in immer mehr Lebensbereiche und die Verknüpfung von Medien per Werbung mit Waren und Dienstleistungen macht nun Fernsehbilder in all ihren Varianten, vom Film bis zu MTV, zum allseits verwendbaren symbolischen „Baumaterial“, der Alltagswelt. Dieses symbolische Material eignen sich die Menschen individuell an, und zwar

- in der Perspektive des eigenen Lebenslaufs und der subjektiven Themen,
- bezogen auf die vorhandene oder gesuchte soziale Umgebung,
- wobei die aufeinander bezogenen Medien den Relevanzrahmen abgeben.⁹

Rap, Beispiele für individuelle Bedeutungskonstitution

Ein junger Mann, Fred, beschäftigt sich mit „Ice Cube“ und dessen Rap-Videoclip „Wicked“¹⁰. („Ice Cube“ ist ein prominenter Rapper.) Er mischt sich dann mit dem Gefängnis-Film „Midnight Express“ sein eigenes Bedrohungs-Szenario, das den Gewaltaktionen entspricht, die in „Wicked“ zu sehen sind. Eine Gruppe junger Türken hingegen benutzt Rap als symbolisches Material, um ihre soziale Gruppe zu definieren. Rap wird damit aktiv in unterschiedliche emotionale Kontexte eingebaut und erhält so auch unterschiedliche Bedeutung. Fred verbindet dazu Videoclips des Rap, insbesondere „Wicked“, mit seinen Eindrücken von einem Action-Film, in dem ein junger Mann in einem türkischen Gefängnis terrorisiert wird. Der Gefängnis-Film zeigt den Widerspruch von Freiheit und Alltagsleben einerseits, sadistischer Entmenschlichung und Unterdrückung andererseits. Fred verknüpft dieses Gefängnis-Thema mit dem Rap-Videoclip „Wicked“, das die Unterdrückung der Schwarzen in den USA zum Gegenstand hat. Rap lebt als Sprechgesang von seiner Botschaft. In „Wicked“ geht es um den Widerstand gegen Übergriffe der Polizei, die im Fall des wehrlosen Farbigen

Rodney King in Los Angeles zu bürgerkriegsartigen Krawallen führte. „Wicked“ beschreibt und erklärt mit den Mitteln des Rap und des Videoclips diese Gewalt und deren Hintergründe.

„Wicked“ beginnt mit einem stilisierten Totenkopf. Dann läuft ein junger Weißer mit Zopf und Militärhose an einem Zaun entlang. Schnitt. Ein Schwarzer hält sich verzweifelt den Kopf. Schnitt. Eine Stadt bei Nacht. Ein Helikopter mit eingeschaltetem Suchscheinwerfer fliegt über die Stadt. Schnitt. Man sieht ein Verkehrsflugzeug beim Start, das dann die Häuser der Stadt überfliegt. Schnitt. An einer Häuserwand ist ein Spruch „L.A.P.D. – Who treat you like a kit“. Es folgen im schnellen Wechsel drei Szenen, die das Thema bestimmen. Zerstörungsszenen, in denen weiße und schwarze Jugendliche mit Baseballschlägern, Hämmern und Knüppeln Autoscheiben, Hauseinrichtungen und vieles mehr zerstören. Nahaufnahmen vom singenden Ice Cube, in denen er wild in die Kamera blickt. Dokumentarische Fernsehaufnahmen von den Ausschreitungen in Los Angeles mit brennenden Häusern, zerstörten Polizeiautos und Feuerwehrfahrzeugen im Einsatz. Dazwischen wird mehrmals kurz ein Totenschädel eingeblendet. Die Aussage „We’re wicked“ beherrscht den Text. In der Schlusszene sieht man Ice Cube im schwarzen T-Shirt mit aufgedrucktem Totenkopf und dem Schriftzug „We’re wicked“.

Um zu erläutern, wie brutal „Wicked“ ist, verweist der junge Mann dann auf den Gefängnis-Film „Midnight Express“, den er als Video gesehen hat. Er schildert u. a. eine Szene, in der der terrorisierte Protagonist im Gefängnis einem Denunzianten die Zunge abbeißt. Für den jungen Mann geht es darum, „wie weit man einen Menschen treiben kann, ... der eben nichts anderes wollte, als ein bißchen Geld zu machen“. (Man muß zur Harmlosigkeit des „bißchen Geld“ anmerken, es wird im Film mit dem Dealen von Drogen erworben.) Das türkische Gefängnis ist im Film der Ort der Entmenschlichung durch Terror, die der junge Mann jedoch auch als Beschreibung der Verhältnisse in der Türkei nimmt. Die Fiktion des Action Films wird so zur Beschreibung von Realereignissen, was auch den Stilmitteln des Rap „Wicked“ entspricht. „Wicked“ geht von den dokumentarischen Bildern aus und komponiert sie rhythmisch in die Musik, die Widerstand und Kampf gegen das Ghetto will.

Ein anderer sozialer Kontext: Rap hat für eine Gruppe türkischer Jugendlicher andere Bedeutung, die jedoch ebenfalls im Medium bzw. in der Musik und ihrer Präsentationsform angelegt ist. Ausgangspunkt dafür ist die Ghetto-Situation schwarzer Jugendlicher, die protestieren, zum Widerstand aufrufen, anklagen. Die jungen Türken benutzen diese Seite des Rap (also nicht den Aspekt des Bedroht-

seins oder der Gewalt, der für den jungen Deutschen im Vordergrund steht) und finden sich zu einer Gruppe zusammen, die folgenden eigenen Text vorträgt.

Rap der Gruppe junger Türken der Amsterdamer Straße in Bremen-Huchting¹¹

(Rapper 1)

„Südlich ganz unten in Huchting in Bremen
grüß ich all meine Brüder
die in der Amsterdamer Straße leben
die jeden Tag den gleichen Scheiß erleben
niemals aufgeben
und die hierbei draufgehen

Du kennst mich nicht, du Arschgesicht
ich bin der Bösewicht
kein Land in Sicht für dich
hier gibt's kein Sonnenlicht.
Im Dämmerlicht jag ich dich
du denkst ich bin nicht ganz dicht
doch wenn ich dich erwische
tret ich dir ins Gesicht

(Rapper 2)

Schlägereien, das ist unser Spaß
keiner kann ihn uns nehmen
sonst fehlt uns was

(Rapper 1)

Willst du mich ficken
haut dir ganz Huchting einen rein.
Wir sitzen alle in der gleichen Ecke
machen alle die gleichen Sachen
hier in der Amsterdamer Straße
gibt's nichts zu lachen.“

Rap gibt zwar der Gruppe junger Türken einen gemeinsamen Rahmen, schafft jedoch auch eine diffuse, schwer faßbare Grenze zwischen ihnen und dem jungen Deutschen, der Rap ja unter anderem mit dem Gefängnis-Film zur Bestätigung für Terror in der Türkei verschmilzt. Treffen sich beide beim Rap, führt die Musik zu einem erheblichen Mißverständnis, weil die jeweiligen Bedeutungszusammenhänge konfliktieren. Das Gegenteil, der gemeinsame Handlungs- und Interpretationsrahmen der Fan-Gruppe oder der Szenen entsteht genauso. Abgrenzung und Integration sind Ergebnis derselben Dynamik. Der entscheidende Punkt zwischen Abgrenzung und Integration ist, neben den unterschiedlichen subjektiven und handlungsleitenden Themen der Rap-Hörer, deren stilistischer Kontext.

Stile entstehen in Prozessen der Bedeutungskonstitution mittels der Medien-, Waren- und Situations-Arrangements, die die Kinder und Jugendlichen vorfinden oder eben selber schaffen. Das Verbindende ist die Alltagsästhetik dieser Arrangements, die sich schnell von Ereignissen wie z. B. Körperinszenierungen oder den Schlager-Charts ablösen. So sind Arrangements wie Wrestling auch nur Modeereignisse von recht kurzer Lebensdauer. Es gibt jedoch eine ästhetische Kontinuität auf seiten der Angebote. Sei-

tens der Handelnden stecken Stile ein Bezugsfeld ab und öffnen Handlungsmöglichkeiten. Stile sind der funktionale Teil der Alltagsästhetik, sie fungieren als Vergesellschaftungsmittel zum Zwecke der Abgrenzung und Integration von Szenen und Gruppen. Stile entstehen in Prozessen der Bedeutungskonstitution und basieren auf den alltagsästhetischen Angeboten von Medien, Waren und Dienstleistungen, die in der offenen sozialen Bezugsgruppe der Szene Integrationsfunktion nach „innen“ und Abgrenzungsfunktion nach „außen“ haben.

3. „Fan-Gruppen“ und „Szenen“ – Modelle sozialer Bezugsgruppen

Medien und Alltagsästhetik sind in dafür typische Formen sozialer Organisation eingebettet, die wenig mit den sozialen Erfahrungen der Eltern- oder Großelterngeneration zu tun haben, auch wenn sich neue Sozialformen aus bekannten oder tradierten heraus entwickeln. Die Gemeinsamkeit kommt heute über prägnante Sozialformen wie die des Fan-Clubs und über die großräumig angelegte soziale Bezugsgruppe der Szene. Diese Sozialformen entstehen auf der Basis von Bedeutungskonstitution mit Hilfe symbolischen Materials, daß die vernetzten Medien und die vielfältigen Konsumartikel und Konsumaktivitäten bereitstellen. Bedeutungskonstitution findet in sozialen Räumen statt, die sich die Menschen mit dem vorfindlichen alltagsästhetischen Material aufbauen und auf die sie sich beziehen.¹²

Szenen

Bei Szenen handelt es sich um Ereignis- und Ästhetikkomplexe, die unterschiedliche Organisationsformen haben, die sich überlagern, ausfransen, ineinander verschieben. Szenen bilden sich beispielsweise bei Techno, einer der aktuellen Musik- und Tanzstile, um mehr oder weniger unbekannte Disc Jockeys; Sportereignisse wie Basketball lösen sich zu Großparties auf. Wesentlich ist das Arrangement, das offen ist für schnelle Einflußnahme, flexible Gestaltung und stilistische Veränderung.

Welche Szene aktuell und wie beschaffen ist, läßt sich leicht in Zeitungen nachlesen.¹³

So schreibt der „Focus“ z. B. zu Techno:

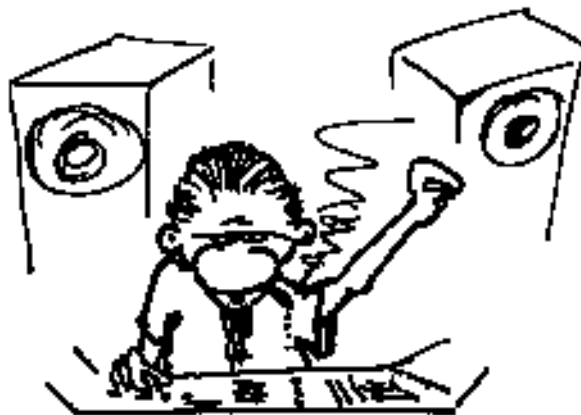
„Techno-Fans wissen, wie man sich amüsiert. Jugendfeste früherer Zeiten wirken gegen ihre Partys so unspektakulär wie Teekränzchen älterer Damen.

Hauptsache lustig: Wenn sie anfangen zu tanzen, können sie gar nicht mehr aufhören – zwölf Stunden, 24 Stunden, am liebsten das ganze Wochenende lang. Hallen und Diskotheken verwandeln sich in Saunaräume – die Körper dampfen, das Wasser tropft von den Wänden, die Temperatur steigt auf Treibhausniveau.

Die Veranstaltungsorte werden immer ausgefallener: Schwimmbäder, Fabrikhallen, Kieswerke, kürzlich ein Tunnelgewölbe, der sogenannte „Theatertunnel“ in Frankfurt. ...

Zum Spaß gehen sie meilenweit: Die Party-mobilität der Techno-Tänzer, Raver genannt, ist sprichwörtlich: Im Mai fuhrn 25.000 aus ganz Deutschland in die Dortmunder Westfalenhalle zur Mayday-Party; im Juli zogen 100.000 aus West und Ost auf der ‚Love Parade‘ durch Berlin. Letztes Wochenende ging es zur Night-Rave durch Köln.

Zaubermeister des Fun: die Discjockeys. ... Welcher 40jährige Marketingleiter konnte sich vorstellen, daß ziegenbärtige, unattraktive DJs zu den Orientierungsfiguren einer Generation werden würden? ... Sie sind längst aus der Anonymität herausgetreten, haben Popstar-Status erreicht. Sie sind die Schöpfer der Atmosphäre in den Tanztempeln, mischen süch-



Ziegenbärtige, unattraktive DJs als Orientierungsfigur einer Generation

tig machende Wiederholungen zu heftig aufpeitschenden Effekten und treiben zur Feierlaune ...

Sinnenfreudig, amüsiertwillig, konsumbereit: Britische Raver, so ergab eine Untersuchung des Konjunkturforschungsinstituts Henley Centre, geben jährlich 4,5 Milliarden Mark aus. ... Eines aber ist klar: Die Partypeople sind mehrheitlich satte Mittelstandskids. Ihre Zeitschriften erreichen immer höhere Auflagen und geben den idealen Rahmen für zielgerichtete Printanzeigen ab. Und die Massenevents ergeben optimale Werbebedingungen für Tabakhersteller, Modefirmen und die Händler von Erfrischungsgetränken. Stark aktiv im Techno-Umfeld: Camel (Reynolds Tobacco), Levi's, Pepsi und Coca-Cola und die Sportfirmen Puma und Adidas. Letztere hatten es besonders leicht, sich zu etablieren – die Raver selbst kürten Sportsynthetics und Schuhe im 70er-Jahre-Stil zum Trendaccessoire, das zunächst auf dem Flohmarkt aufgestöbert wurde. Naheliegenderweise rea-

gierten die Firmen mit der Neuauflage der alten Sachen und stiegen ins Party-Sponsoring ein.“

Szenen liefern einen individuellen und doch allgemeinen Bezugsrahmen, der insbesondere wegen seines spezifischen Stils gemeinschaftsstiftend ist. Fan-Gruppen und Szenen verwenden alltagsästhetische Materialien sozusagen als gemeinsames soziales Band, das durch einen gemeinsamen Stil geprägt und wegen dieses Stils und der zugehörigen Alltagsästhetik erkennbar ist.

Die Fan-Gruppe, soziales Modell mit Zukunft

Fan-Gruppen sind individuell gewählte oder aufgebaute soziale Gruppen mit überschaubarer Sozialstruktur, die sich um einen Ereignis- oder Erlebniskern aufbauen. Sie entstehen, weil sich in der konsumentenorientierten Industriegesellschaft soziale Beziehungen und Ereignisse über individuelles Erleben und Handeln¹⁴ realisieren. Die Vergesellschaftung, bei der überindividuell soziale Zusammenhänge als etwas Objektiviertes entstehen, läuft in der konsumorientierten Industriegesellschaft über den Aktions- und Erlebniskern der individuellen Subjektivität, zu der die Bildschirmmedien eine spezifische Raum-Zeit-Struktur anbieten. Insbesondere die Verfügungsmacht über eine Bilderfolge, die Video den Produzenten wie den Konsumenten eröffnet, bringt die Dominanz der kulturell wie biographisch lang eingeübten Linearität schriftlicher Präsentation ins Wanken. Stattdessen wird nun eine Organisation in Form von Situationen wichtig, die im Zusammenwirken der Mediendramaturgie des Spots mit komplimentären Live-Ereignissen wie Disco Nights bei den Produzenten einerseits und Programmbibliotheken oder Fan-Gruppen bei den Rezipienten andererseits entsteht. Die Fan-Gruppe zeigt ein soziales Organisationsprinzip¹⁵, das schon für die bürgerlichen Lesezirkel vor zweihundert Jahren wichtig war.

Mit der Generalisierung der Fan-Gruppe geht eine Verschiebung der Schwerpunkte der Vergesellschaftung einher, die sich als Beziehung zwischen beiden Brennpunkten einer Ellipse skizzieren läßt; mit dem Individuum als dem einen Brennpunkt und dem überindividuell Sozialen als dem anderen. Überindividuelle, soziale Beziehungen, Organisationen, Institutionen entstehen heute in der Reflexion der subjektiven Wahrnehmung, in der individuellen Sinnperspektive der biographischen Themen und des individuellen Handelns. Die Beziehung zwischen Individuum und Überindividuell Sozialen läßt sich nicht mehr wie in der Sozialisationstheorie denken, die die Individuen über soziales Lernen (zwar mit allen individuellen Brüchen und Widerständen) an die dominierende Gesellschaft anknüpft. Allgemeines gesellschaftliches Handeln generiert sich heute zunehmend mehr über den ‚Brennpunkt‘ der individuellen Subjektivität. Das erscheint in recht simplen Formen; eine Möglichkeit besteht z. B. darin, daß sich Menschen Medien-Genres wie z. B. Horror-Videos oder der Serie „Star Trek“ unterschiedlich nah oder distanziert zu-

ordnen, z. B. als wohl informierter Spezialist, als gelegentlicher Zuschauer usw.¹⁶ Damit positionieren sich die Menschen in einer Gruppe, deren Organisation sich um und in bezug auf ein Genre aufbaut. Ebenso läßt sich die Generationsbeziehung als Grenzlinie zwischen Genre-Vorlieben markieren. Wenn Jugendliche sich z. B. zu Video-Sessions zusammentun, grenzen sie sich auch von den Erwachsenen ab, die sie mit grauenhaften Programmen schocken.

4. Medienpädagogik in der alltagsästhetischen Welt der Szenen und Fan-Gruppen

Wenn die bisherige Argumentation in ihren Grundzügen stimmt, dann ist so etwas wie eine postmoderne Medienpädagogik nötig, die in ihrem theoretischen und praktischen Kern die Medien als Teil alltagsästhetischer Arrangements zum Gegenstand hat und die in ihren Methoden die Prozesse individueller Bedeutungskonstitution in Fan-Gruppen und Szenen aufgreift.¹⁷ Es ist heute sicher nicht damit getan, mit mehr Medienerziehung auf mehr Medien in der Lebenswelt der Kinder und Jugendlichen einzugehen. Es geht vorrangig nicht um eine quantitative Veränderung. Eine vom Bildschirm und Datenflüssen geprägte Welt hat vielmehr eine neue Dynamik, die von Medien und Rezeption nicht mehr abzulösen ist. Diese Dynamik ist wesentlich dichter mit dem aktuellen Leben verwoben als in der Zeit der Einzelmedien, für die das Öffentlich Rechtliche Fernsehen steht. Sicher läßt sich eine postmoderne Medienpädagogik noch nicht beschreiben, was nicht heißt, daß sich nicht schon einige Linien zeigen. Sicher markiert der Gegensatz von Integration und Abgrenzung eine der relevanten Linien.

Worum es praktisch geht, zeigt sich an Fred, der Rap und den Film „Midnight Express“ zu einem Bild von Gewalt und Widerstand mischt, mit dem er sich seine Vorstellungen von der Türkei veranschaulicht. An Rap als Musikstil kommt er nicht vorbei, auch wenn er Techno-Fan sein sollte. Dafür sorgt die mediale Allgegenwart in Werbung, MTV oder in seiner Berufsschulklasse, in der ihm z. B. Jugendliche, die er für Türken hält, körperlich manifest Angst einjagen. Ein Unterricht, der gar keinen modischen Schnickschnack braucht, der vielmehr Rap als Genre erläutert, kann in dieser Stimmung Vorurteile versachlichen. Allgemeiner formuliert geht es darum, relevante Medien in ihrem stilistischen und sozialen Kontext zu analysieren. Vielleicht ist diese Aufgabe besser mit „Dekonstruktion“ beschrieben. Es geht darum, die symbolischen Vorgaben der Bedeutungskonstitution der Kinder oder der Jugendlichen, die in ihrer jeweiligen Fan-Gruppe oder Szene leben, mit ihnen zusammen analytisch aufzudecken. Im Fall des jungen Deutschen war der erste Schritt recht einfach, da er sich zum einen immer wieder mit Hilfe von Medienbezügen ausdrückte, zum anderen war bei ihm diffus zu spüren, daß er ein von Vorurteilen oder

Angst geprägtes Bild von Ausländern hat. Mit sozialpädagogischer Intention sprach ihn nun der Lehrer als Experten für MTV an und bat ihn, doch die Musikbeispiele auf MTV aufzuzeichnen, die er für besonders gewalttätig hielt. Daran schloß sich ein Gespräch an, bei dem der junge Mann zusammen mit einem Freund dem Lehrer anhand einer Videoaufzeichnung erläuterte, was er von Rap hielt.

Einen längeren Kommunikationsprozeß beschreibt die Engländerin Gemma Moss¹⁸, die mit einer Gruppe zehnjähriger Jungen, die sich als Wrestling-Fans zu erkennen gaben, deren Sammlung von Wrestling-Magazinen durchging und dabei feststellte, daß sie die Gesprächssituation dafür nutzten, um sich selber in ihrer Fan-Gruppe als besonders kompetent herauszustellen. Zudem versperrten sie den Mädchen ihrer Klasse, so gut sie konnten, den Zugang zu ihren Informationsquellen, um sie aus ihrer Fan-Gruppe herauszuhalten. Auch in diesem Fall entwickelte sich kein Unterricht, weil die sozialpädagogische Fragestellung dominierte. Es zeigt sich jedoch auch hier ein medienpädagogisches Ziel, das sich mit dem pompösen theoretischen Begriff der „Rekontextualisierung“ andeuten läßt. Die Intentionen des kommerziellen Unternehmens, das Wrestling als „Sports Entertainment“ in den USA kreierte und auf den Ereignis- und Medienmarkt brachte, hat wenig mit dem zu tun, worum es den zehnjährigen Jungen ging. Die Jungen benutzen die groteske Kampf-Inszenierung als Abgrenzungs- und Imponiermittel. Pädagogisch wäre es nun sinnvoll, mit den Jungen ihr Thema der Abgrenzung zu bearbeiten. Sicherlich sollte man ihnen dazu auch anderes symbolisches „Werkzeug“ anbieten als eine Kampf-Show. Die ausgegrenzten Mädchen dieser Schulklasse bräuchten ihrerseits einen symbolischen Zugang zur Tatsache, daß sie ausgegrenzt werden.

Anmerkungen und Literatur

- 1) Zum Konzept der Lebensstile: Müller, Hans-Peter: Sozialstruktur und Lebensstile. Der neuere theoretische Diskurs über soziale Ungleichheit. Frankfurt (Suhrkamp) 1992; Ferchhoff, Wilfried: Jugend an der Wende des 20. Jahrhunderts. Lebensformen und Lebensstile. Opladen (Leske + Budrich) 1993.
- 2) Hip-hop – Rap: Sprechgesang mit politischer Botschaft, der in den Großstadt-Ghettos der Schwarzen in den USA entstanden ist.
- 3) SINUS Sozialwissenschaftliches Institut: Strukturanalyse der Zuschauer von Pro 7. Ergebnisse einer qualitativ-orientierten Pilotstudie. Im Auftrag der MGM Media-Gruppe München. Heidelberg (SINUS Sozialwissenschaftliches Institut Nowak und Partner GmbH, Ezanvillestraße 59, 69118 Heidelberg) Mai 1994.
- 4) Soziale Lage: Unterschicht, Untere Mittelschicht, Mittlere Mittelschicht, Obere Mittelschicht, Oberschicht; Werteorientierung: Traditionelle Grundorientierung ‚Bewahren‘, Materielle Grundorientierung ‚Haben‘, Wertewandel mit den drei Unterkategorien: Hedonismus ‚Genießen‘, Postmaterialismus ‚Sein‘, Postmodernismus ‚Haben, Sein und Genießen‘; Sinus 1994, S. 9.
- 5) Polhemus, Ted: street style. from sidewalk to catwalk. London (thames and hudson) 1994.
- 6) Eckert, Roland, Vogelgesang, Waldemar, Wetzstein, Thomas A., Winter, Rainer: Grauen und Lust – die Inszenierung der Affekte. Eine Studie zum abweichenden Videokonsum. Pfaffen-

weiler (Centaurus-Verlagsgesellschaft) 1991. Vogelgesang, Waldemar: Jugendliche Video-Cliquen. Action- und Horrorvideos als Kristallisationspunkte einer neuen Fan-kultur. Opladen (Westdeutscher Verlag) 1991.

- Eckert, Roland, Vogelgesang, Waldemar, Wetzstein, Thomas A., Winter, Rainer: Auf Digitalen Pfaden. Die Kulturen von Hackern, Programmierern, Crackern und Spielern. Opladen (Westdeutscher Verlag) 1991.
- 7) Kress, Gunther, Bachmair, Ben: Genres, kulturelle Konfigurationen und die pädagogische Aufgabe der Literalität. In: Bachmair, Ben, Kress, Gunther (Hrsg.): Höllen-Inszenierung Wrestling. Beiträge zur pädagogischen Genre-Forschung. Opladen (Leske + Budrich) 1996.
- 8) Vgl. Schütz, Alfred: Der sinnhafte Aufbau der sozialen Welt. Eine Einleitung in die verstehende Soziologie. Frankfurt (Suhrkamp) 1974 (Englische Originalausgabe 1932).
- 9) Mit diesen drei Dimensionen der Bedeutungskonstitution kommt auch die Fragmentierung und Individualisierung unserer Gesellschaft ins Blickfeld, sozusagen als normale und gültige Handlungsstruktur. Fragmentierung und Individualisierung verlangen von den Menschen im Alltagsleben enorm viele Entscheidungen, z. B. ob man sich einer Musik-Szene oder eher einer Szene mit Körper-Orientierung zuordnet, ob man im Mittelpunkt einer Gruppe von Rap-Fans oder an deren Rande steht. Viele dieser Zuordnungen sind heute – theoretisch gesehen – Prozesse der Bedeutungskonstitution.
- 10) Wicked: böseartig.
- 11) Quelle: Sendung der Doppelpunkt-Reportage: Zwischen Knast und Palast, ZDF, 22. 03. 95.
- 12) Vgl. dazu Bachmair, Ben: Fernsehkultur. Subjektivität in einer Welt bewegter Bilder. Opladen (Westdeutscher Verlag) 1996; 5. Teil: Subjektkonstitution. Von fiktionalen Erzählungen zu alltagsästhetischen Inszenierungen.
- 13) Stella Bettermann, Elke Hartmann: Treibhauseffekt bei der größten deutschen Musikbewegung aller Zeiten: Die Lifestyleindustrie heizt die Szene mit Werbegeldern an; Focus Heft 36, 1994, S. 171-174.
- 14) Vgl. Schulze, Gerhard: Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart. Frankfurt/Main 1992, 2. Auflage (1. Auflage 1992) (Campus Verlag).
- 15) Eckert, Roland, Vogelgesang, Waldemar, Wetzstein, Thomas A., Winter, Rainer: Videowelten und ihre Fans. Die Bedeutung von Horror und Pornofilmen für die Konstitution von Spezialkulturen. Vervielfältigtes Manuskript vorgelegt beim Bundesministerium des Inneren. Trier 1989.
- 16) Vgl. Roland Eckert u. a. 1989.
- 17) Dies ist ein theoretischer und praktischer Schritt, der über die Medienpädagogik der 80er Jahre hinausgeht. In den 70er Jahren zeigte sich, daß Medienrezeption nicht mehr nur ein passives Konsumieren, sondern eine Form sozialen Handelns geworden war. Diese Form des sozialen Handelns ließ sich angemessen mit dem Begriff der Medienkommunikation bezeichnen. Typisch für Medienkommunikation ist die aktive und thematisch angeleitete Aneignung von gegeneinander abgegrenzten, also distinkten Medien durch die Menschen in ihrem Alltagsleben. In der sich heute abzeichnenden, von Medien und symbolischen Formen dominierten Kultur treten an die Stelle solche distinkter Medien jetzt alltagsästhetische Arrangements, die den Charakter von Texten haben, denen die Menschen individuell Bedeutung verleihen.
- 18) Moss, Gemma: Wie die Jungen mit Wrestling umgehen. In: Bachmair, Ben, Kress, Gunther (Hrsg.): Höllen-Inszenierung Wrestling. Beiträge zur pädagogischen Genre-Forschung. Opladen (Leske + Budrich) 1996.

Univ. Prof. Ben Bachmair ist Ordinarius an der Universität Gesamthochschule Kassel.

Zeichnungen: Gabriele Zuna-Kratky