

Ursula Nagy

Skript zum Vortrag:

Jugendkultur in den Medien

Medienzentrum Parabol

02.12.2010

„Wenn Bildung scheinbar zweckfrei und ohne erhobenen Zeigefinger vermittelt wird, dann wird sie auch mitgenommen, wird zumindest nicht als hinderlich empfunden.“¹ (Alfred Payrleitner)

- Das Zitat bewahrt auch im Falle der pädagogischen Vermittlung von Kultur gegenüber von Jugendlichen seine Gültigkeit.
- Doch zunächst gilt es, zu klären, was Kultur überhaupt ist.
- Die Kultur ist geschichtlich einen weiten Weg gegangen, denn nicht immer war sie für jeden nutzbar, verfügbar, vermittelbar, obschon es Kultur gibt, seitdem es uns Menschen gibt.
- Ich möchte mich zunächst als eine kleine thematische Einführung auf den Weg begeben, von Kultur in ihrem ursprünglichen Sinne bis zur heutigen kulturellen Vielfalt:

Der Kulturbegriff

„In unserem alltäglichen Leben, in der Kleidung, die wir tragen, in dem, was wir hören, sehen, essen, wie wir kochen und einkaufen und uns in Beziehung zu anderen sehen, manifestiert sich Kultur. Durch Kultur werden wir zu Individuen, zu Bürger/-innen, zu Frauen und Männern.

¹ Payrleitner, Alfred: Was wollen die Medien? Was wollen die Zuschauer? In: Meyer, Manfred (Hrsg.): Kultur- und Bildungsprogramme im Fernsehen – Defizite, Unterstützung, Chancen. Schriftenreihe: Internationales Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen; Nr. 27. München: Saur Verlag 1994, S. 49.

Diese kulturellen Prozesse sind deswegen so effektiv, weil wir sie erstens gar nicht als solche wahrnehmen und weil wir zweitens selbst an ihnen beteiligt sind.“² (Susanne Keil)

Demnach vollzieht sich Kultur durch das Leben und uns selbst, auch wenn (oder weil) wir das nicht intentional steuern. Daraus ergibt sich, dass Kultur aus der Alltagswelt resultiert und das Verständnis für sie lediglich unsere Reaktion darauf ist. Das deutsche Wort „Kultur“ meint (im Gegensatz zum französischen oder englischen, welches Kultur und Zivilisation nicht als gegensätzlich voneinander abgrenzt) ein statisches, nahezu isoliertes Ergebnis einer religiösen, künstlerischen oder geistigen Entwicklung.³

Elitäre und populäre Kultur

Die Unterscheidung von Hoch- und Populärkultur ist tradiert durch die kulturellen Entwicklungen, die eine Verlagerung von dem elitären Bildungsbürgertum des 18., 19. und anfänglichen 20. Jahrhunderts zur sogenannten breiten Masse mit sich brachten.⁴ Die Unterscheidung von E(rnste)- und U(nterhaltungs)-Kultur resultierte aus der Restaurationszeit nach 1815 sowie der gescheiterten Revolution von 1848 aufgrund der sich daraus ergebenden Rückschläge und Selbstzweifel des deutschen Bürgertums. Bereits in der Frühen Neuzeit kündigte sich eine klare Trennung von Hoch- und Populärkultur als durchaus schwierig an: Formen und Inhalte aus beiden Kulturkreisen waren nicht nur gebildeten Schichten,

² Keil, Susanne: Medientheorie und „Geschlecht“. In: Eurich, Claus (Hrsg.): Gesellschaftstheorie und Mediensystem. Interdisziplinäre Zugänge zur Beziehung von Medien, Journalismus und Gesellschaft. Medien. Forschung und Wissenschaft; Bd. 2. Münster: LIT Verlag 2002, S. 87.

³ Vgl. Neiss, Oliver Magnus: Kultur im deutschen Fernsehen. Europäische Hochschulschriften: Reihe 30, Theater-, Film- und Fernsehwissenschaften; Bd. 82. Frankfurt am Main: Europäischer Verlag der Wissenschaften 2000, S. 11f.

⁴ Vgl. Pöttker, Horst: Öffentlichkeit – Aufklärung – Integration. Drei Schlüsselbegriffe gesellschaftlicher Kommunikation in historischer Perspektive. In: Eurich, Claus (Hrsg.): Gesellschaftstheorie und Mediensystem. Interdisziplinäre Zugänge zur Beziehung von Medien, Journalismus und Gesellschaft. Medien. Forschung und Wissenschaft; Bd. 2. Münster: LIT Verlag 2002, S. 19.

die lesen konnten, vorbehalten, sondern zirkulierten bereits in größeren Städten durch Erzähl- und Vorlesetraditionen und vermischten sich teils sogar. Höfische Romane des Mittelalters etwa entwickelten sich in der Frühen Neuzeit zu Abenteuergeschichten mit volkstümlichen Elementen und bildeten die Vorstufe zu den Trivialromanen des 19. Jahrhunderts. Bereits vor der Aufklärung war somit das Publikum nicht homogen, sondern hinsichtlich des Lesestoffes und auch der Lesart differenziert. Neben der Literatur bildeten visuelle und performative (populär-)kulturelle Formen bereits sehr früh wichtige Kulturbereiche aus. Hinsichtlich Musik, Malerei und Theater ist es fast noch schwerer, eine Grenze zwischen elitärer Ziel- und Nutzergruppe sowie einem weiten Massenpublikum zu ziehen.⁵

Kultur im engeren Sinne war historisch dem Hof vorbehalten und wurde demokratisiert.

Die kulturelle Identität in Deutschland hat sich mit dem Durchbruch deutscher Kulturgüter – dominiert durch die Werke von Goethe, Lessing, Schiller und Heine sowie Beethoven, Händel, Schubert und Wagner – entwickelt. Der auf diese Weise sich manifestierende Kulturbegriff umfasste die Bereiche des Theaters, der Literatur, der Musik und der Kunst, war jedoch ausschließlich im Sinne einer Hochkultur dem Bürgertum vorbehalten. Nach den Niederlagen in den beiden Weltkriegen wurde Kultur weiterhin elitär definiert, allerdings begann sich ab 1945 das Kulturverständnis allmählich zu wandeln. An die Seite der deutschen Hochkultur, die im Sinne der Alliierten in den Dienst der sogenannten Umerziehung gestellt wurde, trat ab der Gründung der Bundesrepublik eine neue Form der kulturellen Demokratisierung, die sich um die Aufwertung

⁵ Vgl. Lutter, Christina; Reisenleitner, Markus: Cultural Studies. Eine Einführung. Wien: Turia + Kant 1998, S. 55f.

der volkstümlichen Kultur bemühte. Ab den Sechzigern etablierte sich die Alltagskultur, die von der Bildungsschicht zum gesellschaftlichen Schaffen lenkte. Seit den achtziger Jahren spielt auch Kulturpolitik eine größere Rolle als zuvor.⁶ Zu diesem Zeitpunkt hat eine Art kulturelle Dezentralisierung und Debürokratisierung eingesetzt, die auch lokale und privatwirtschaftlich organisierte Kulturformen ermöglichte.⁷

Heute wird Kultur in verschiedenen Formen angeboten, allerdings nimmt nicht die gesamte Öffentlichkeit dieses Angebot wahr. Öffentlich finanzierte Kulturangebote wurden in ihrer Vermittlung und Zugänglichkeit demokratisiert, so dass sich heute ein anderes Bild bietet als noch vor einiger Zeit: Kunst wird mobilisiert, Theateraufführungen, Lesungen und Konzerte finden unter freiem Himmel statt, kommunale Galerien bieten eine Alternative zu privaten, ohne durch den Handel eine Konkurrenz für diese darzustellen. Weitere Formen dieser sogenannten alternativen Kultur sind der Kulturladen, Roundhouse, Fabrik oder auch die Kneipenkultur. Diese neuzeitigen Erscheinungen kultureller Entwicklungsmöglichkeiten deuten auf die Erweiterung des ursprünglichen Kulturbegriffs, auf eine Mobilisierung und Modernisierung, obschon viele Kritiker an solchen Entwicklungen den Verfall der Kultur ablesen.⁸

- Demnach ist also Kultur nicht mehr als elitär differenzierbar.
- In der Gegenwart herrscht eine breite Akzeptanz von Alltagskulturen als Kunstressourcen.
- Abschließend kann man also folgende Unterscheidung zusammenfassen:

⁶ Vgl. Neiss, Kultur im deutschen Fernsehen, S. 13-15.

⁷ Vgl. Wermke, Jutta: „Gestaltungsräume“ für Ästhetik und Ökonomie. Zur Diskussion der 90er Jahre. In: Wermke, Jutta (Hrsg.): Ästhetik und Ökonomie. Beiträge zur interdisziplinären Diskussion von Medien-Kultur. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag 2000, S. 9.

⁸ Vgl. Hoffmann, Hilmar: Kultur für alle. Frankfurt am Main: S. Fischer Verlag 1979, S. 251-262.

- Die im engeren Sinne verstandene Hochkultur (identisch mit dem ursprünglichen klassischen Kulturbegriff) bezog sich ausschließlich auf die schönen Künste, wurde jedoch um modernere Kunstformen (wie Photographie, Film und Jazzmusik) erweitert.
- Die Populär- oder Massenkultur bezeichnet die Subsumierung von Elementen aus der Unterhaltungsindustrie, zu denen Rockmusik, Rundfunk aber auch unterhaltende Genres von Film und Literatur gehören.
- Die Alltags- oder auch Soziokultur hingegen fasst alle kulturellen Lebenswelten, wie sie in allen existenten Milieus vorkommen können, zusammen. Mode, Essen, Reisen und Freizeit gehören demnach ebenso dazu wie Arbeit und Feiern.⁹

Was aber ist Jugendkultur?

Jugendkultur

- Jugendkultur ist nicht der korrekt gewählte Begriff, wenn das eigene Kind Beethoven auf dem Klavier spielen kann
- Jugendkultur ist mehr, ist häufig etwas, was sich dem Verständnis und auch der Einsicht der Welt der Erwachsenen entzieht, weil sie meist aus einer Oppositionshaltung, aus dem Versuch heraus, sich abzugrenzen, um eine eigenständige Identität zu etablieren, entsteht.
- Meines Erachtens nach wird Jugendkultur sowohl in der Medienlandschaft als auch in der Schulbildung nicht um ihrer selbst willen thematisiert.
- Dies mag verschiedene Gründe haben, die unterschiedlich diskutiert werden können. Zunächst aber sei auf die Entwicklung der Jugendkultur und ihrer üblichen Definition eingegangen:

⁹ Vgl. Neiss, Kultur im deutschen Fernsehen, S. 19.

- **Anfang 20. Jahrhundert:**
- Jugendbewegung (ideologische, zunächst unpolitische Ausbildung von Bünden, z.B. Wandervogel), Reformpädagogik und der Begriff „Jugendkultur“ kommen auf.
- **Gustav Wyneken**
- war ein umstrittener Reformpädagoge, der mehrfach unter Anklage wegen sexuellen Missbrauchs stand und dem unterstellt wurde, er sei homosexuell.
- Gründer der „Freien Schulgemeinde Wickersdorf“
- Beteiligt/Initiator des Ersten Freideutschen Jugendtages auf dem Hohen Meißner 1913
- Definition von Jugendkultur als Idee, Aufgabe, Ideal, als eine weltanschauliche Grundeinstellung, die nach (mehr) Freiheiten verlangt
- Kritik an Zweckorientierung der Welt der Erwachsenen und ihrer Erziehungsmethoden
- Schulsystem sollte freie Entscheidungen zulassen
- Im Dritten Reich werden die liberalen Jugendbünde in die Hitlerjugend zwangseingegliedert.
- Nach 1945 formiert sich die Jugendbewegung eher als eine Vielfalt an subkulturellen Szenen als „bündisch“.
- Ab den 50ern entstehen populärkulturelle Jugendszenen.
- Zu dieser Zeit werden vor allem in Film („Denn sie wissen nicht was sie tun“) und Musik (Sex Pistols, Rolling Stones oder Beatles, später

die 68er Bewegung) jugendkulturelle Ideale vertreten.

- Zitat Eichmann: „Die Entstehung der Popmusik in den 50er Jahren lässt sich als Ausbruchsversuch und Gegenentwurf gegen die Einschließungen der Disziplinargesellschaft – Kleinfamilie, Schule, Kaserne, Fabrik – interpretieren.“
- Jugendliche versuchen, ein anderes Leben als ein bereits designiertes zu leben und rebellieren gewissermaßen gegen das, was sie als eine Aufoktroyierung empfanden.
- Diese Rebellion, dieser Versuch, sich abzugrenzen, nicht nur gegen Erwachsene, sondern auch untereinander, ist bis heute das meist erörterte und angesprochene Thema der Jugendkultur, vor allem in den Texten jugendkulturell relevanter Musik.
- Dass aber die Botschaften der Jugendkultur auch gehört werden, setzt voraus, dass es einen Vertrieb für diese gibt:
- Kommerzialisierung und Medialisierung kommen ins Spiel.
- Doch zunächst seien zusammenfassend Möglichkeiten, Jugendkultur zu definieren, subsumiert:
- Jugendkultur wird in moderneren Gesellschaften durch die Jugend und die von ihr repräsentierten Einstellungen, Verhaltensweisen, Lebensentwürfe, Kommunikationsformen, Symbolbildungen, Selbstdarstellungen und Konfliktpotenziale repräsentiert.
- Sie kann sich äußern durch:
 - Diverse Musikrichtungen (alternative oder subkulturelle Formationen)
 - Sprachstil („Slang“)
 - Kleidungsstil (z.B. in Hip-Hop-Gangs)
 - Körperkunst (Tätowierung, Piercings etc.)
 - Andere Kunstformen (Streetart)

- Rezeption bestimmter Lektüre (Mangas)
- Innerhalb der Gesamtgesellschaft wird sie somit oft in Verbindung mit bestimmten Musikformen (z.B. Rock, Pop, Techno) und/oder der Favorisierung bestimmter Markenprodukte (bes. Kleidung), gebracht, wobei die Jugendkultur Subkulturen (Szenen) ausbildet.
- Erwähnt sei in diesem Kontext, dass sich das Berliner Archiv der Jugendkulturen e.V. (gegr.1998) der Sammlung und Dokumentation von Zeugnissen der Jugendkultur wie Musik, Fanzines, Videos, Buttons, Aufkleber widmet.
- Zum anderen wird der Begriff Jugendkultur mit **Wyneken** und der Jugenddiskussion der 1920er Jahre in Zusammenhang gebracht.
- Sie kann auch im Rahmen der Kultursoziologie, z.B. im Ansatz der Cultural Studies und eines seiner Vertreter, Raymond Williams, unter dem Aspekt betrachtet werden, inwieweit sich die Marker der Jugendkultur (Einstellungen, Verhaltensweisen) als Lebensstile, Lebensweisen und somit als eine eigenständige kulturelle Praxis als alltagsweltlich relevant zeigen.
- Jugendkultur kann auch allgemein als eine Gesellschaftsform von Jugendlichen, als die darin wirkenden Normen und Wertvorstellungen, durch die sich Jugendliche von Erwachsenen unterscheiden, beschrieben werden.
- Sie äußert sich somit in Mode, Musik, Freizeitkultur, Sprache und dem individuellen Lebensstil.

- Denn Jugendliche haben die Möglichkeit, sich innerhalb unterschiedlicher Szenen und Milieus abzugrenzen, zu integrieren und sich einzufinden.
- Dennoch ist bezüglich der Manifestation von jugendkulturellen Elementen die suggestive Macht der Medien zu bedenken, was noch nachfolgend erwähnt werden soll.
- Die heutige Jugendkultur setzt sich aus verschiedenen jugendkulturellen Szenen zusammen, die sich unter anderem über Mode, Marken und Musik definieren.
- Zudem gibt es Jugendkulturszenen auch als Gegenkultur, genauso wie es die Erscheinung des Szene-Hoppings gibt.
- Die Jugendkultur bewegt sich zudem zwischen Pluralisierung und Individualisierung:
- Einerseits wollen Jugendliche durch einen apostrophiert eigenen Stil ihre Individualität begründen, andererseits etablieren sie meist einen eigenen Stil, der bereits ein Teil einer etablierten Stilrichtung ist.
- Somit sind sie ein Teil eines pluralistischen Ganzen, ihre Individualität ist ein Aspekt eines kollektiven Stils.
- Eichmann vergleicht jugendkulturelle Stile mit Texten, die decodiert werden müssen:
- Wenn einem die Decodierung nicht gelingt, gehört man auch nicht zur Szene.
- Zudem ist der Textvergleich insofern an dieser Stelle angebracht, als dass die Jugendkultur verschiedene Interpretationsmöglichkeiten und zugleich verschiedene Optionen zum Widerspruch bietet: Indem man sich von bestimmten Elementen distanziert, unterscheidet man sich bereits von anderen, was ebenfalls als ein Teil der Identitätsbildung angesehen werden kann.

- Um dazuzugehören, ist es also wichtig, die bedeutungstragenden, signifikanten Zeichen der jeweiligen kulturellen Szene richtig zu gebrauchen.
- Häufig gründet das Unverständnis für eine Szene auf der Unfähigkeit, selbst diese Zeichen verstehen und entschlüsseln zu können.
- Was tatsächlich „angesagt“ ist, entscheidet dabei meist die Gruppe oder akzeptierte Vertreter dieser.
- Zudem bewegt sich die gegenwärtige Jugendkultur auf einem Grat zwischen der Freiheit, einen Stil zu wählen und zu kreieren, und dem Einfluss und der Kommerzialisierung durch die Medien.
- Jugendkultur dient zwar meist als Abgrenzung gegenüber der Welt der Erwachsenen, sie wird jedoch von dieser stark beeinflusst.
- Sie wird eigentlich von den Erwachsenen zu wenig thematisiert, obschon Jungsein, Jungbleiben und der gesellschaftliche Bedarf an der jungen Generation häufig diskutiert werden:
- Jugendlichkeit ist in diesem Sinne gesellschaftlich hoch bewertet.
- Verknüpft wird aber damit ein ambivalentes Lebensgefühl: Jugendliche werden im Konsumbereich als autonom angesprochen, sind es aber in vielen anderen Bereichen nicht – denn die Jugend ist primär die Schul- u. Bildungszeit. Der Übergang von Jugend- ins Erwachsenenalter ist ein fließender.
- Deshalb wird die Jugendkultur teilweise als eine Kultur des Versteckens oder des Verschwindens beschrieben: Jugendliche kapseln sich von der Welt der Erwachsenen ab, was für sie ein wichtiger Prozess der Identitätsfindung ist. Diese Abgrenzung gelingt durch die Zuordnung zu einer bestimmten Szene, zu einer bestimmten Kultur.
- Die Medien spielen dabei aus vielfacher Sicht eine besondere Rolle:

Die Bedeutung der Medien

- Medien sind in gesellschaftliche Entwicklungsprozesse eingebunden, Mediensozialisation hängt von gesellschaftlichen Veränderungen ab.
- Die beiden Pole in diesem Spannungsfeld heißen: Individualisierung und Multioptionsgesellschaft.
- Die moderne Gesellschaft zeichnet widersprüchliche Vorgaben aus, wobei traditionelle Werte u. Normen teilweise außer Kraft gesetzt werden.
- Lebensentwürfe werden zunehmend individualisiert.
- Es herrscht eine pluralistische Werteordnung, innerhalb welcher es eine Vielheit von Optionen zur Orientierung gibt.

Die Massenmedien sind nicht nur als Transporteure und als Bestandteile unserer Gegenwartskultur anzusehen, sondern auch als Schöpfer dieser. Gerade dem Fernsehen kommt dabei eine besondere Bedeutung zu: Es präsentiert, reflektiert und kreiert Kultur in ungleich starker Weise.

Medial vermittelte Kultur hat zudem einen individuellen Wert, der in ihrem identitätsstiftenden Charakter begründet ist:

„Medien machen die »Kultur« als Vorrat an Vorstellungen, Phantasien, Lebensentwürfen oder Identitätsvorbildern zugänglich. Das spielt für Prozesse der Identitätsbildung sowie der sozialen Integration eine wesentliche Rolle. Medienprodukte fungieren als Sozialisationsagenturen.“¹⁰

¹⁰ Weiß, Ralph: Publizistische Medienprodukte – im Blick der Kommunikationswissenschaft. In: Jarren, Otfried; Weßler, Hartmut (Hrsg.): Journalismus – Medien – Öffentlichkeit. Eine Einführung. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag 2002t, S. 304.

Medien erfahren eine Grenzauflockerung und schaffen neue Sphären der Realität, die nicht-mediatisierte Erfahrungsfelder innerhalb der Kultur des Alltagslebens ausgrenzen. Das legt nahe, dass sich ein Kanal in seinem herkömmlichen (medialen) Sinne aufzulösen beginnt.

Wichtig ist, zu begreifen, dass der Medienbegriff sowohl für das Alltagsleben und -handeln als auch für die Kultur eine Rolle spielt und es darüber hinaus eine Wechselwirkung zwischen Alltag und Kultur gibt. (Kultur kann durch Medien rezipiert und dadurch in den Alltag integriert werden.) Diese Situierung der Medien ist keine konstante, sondern (bedingt durch den raschen Medienwandel) eine sich stets verändernde.¹¹

Dieser Aspekt wiederum ist auch für den Umgang von Jugendlichen mit Medien entscheidend, da auch die pädagogische Vermittlung eine flexible sein muss.

Es ist zeitgleich als ein Verdienst der Medien anzusehen, dass einzelne kulturelle Stile auf die gesamte Generation ausstrahlen können.

Im Gegensatz zu früheren Jugendgenerationen sind heutige Jugendszenen ungleich stärker medial vermittelt; Jugendszenen werden meist durch Musikrichtungen ein- bzw. abgegrenzt

Durch die Kulturvermittlung wird gleichzeitig auch die Gesellschaft geprägt, durch die gesellschaftliche Prägung wird die kulturelle Produktion beeinflusst und der zirkuläre Kreislauf geschlossen.

Medien tragen jedoch zu globalisierenden Phänomenen mit häufig kritisierten Auswirkungen bei: Bereits 1997 äußerte die UNESCO die Befürchtung, eine Standardisierung der Programme führe zum

¹¹ Vgl. Göttlich, Udo: Kultureller Materialismus und Cultural Studies: Aspekte der Kultur- und Medientheorie von Raymond Williams. In: Hepp, Andreas; Winter, Rainer (Hrsg.): Kultur – Medien – Macht. Cultural Studies und Medienanalyse. 3. Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2006, S. 101.

Verschwinden von kultureller und sprachlicher Identität. Denn das Fernsehen sowie mediale Technologien provozieren kulturelle Homogenisierungsprozesse über Länder – u. Kulturgrenzen hinweg. Es wird auch behauptet, dass mit dem globalen Medienangebot nicht unbedingt auch global einheitliche Auswirkung verbunden sind. Die globalen Phänomene der Medienwelt umfassen die mediale Ausstrahlung, die Präsenz und die Existenz von nicht mehr ortsgebundener Kommunikation – es gibt weltweit die gleichen Internetseiten, Kinofilme, Fernsehformate etwa. Abhängig von der Nutzerperspektive können gleiche Medien unterschiedlich rezipiert und kontextabhängig verarbeitet werden (versch. Formen des Rezipierens). Eine Anpassung globaler Perspektiven an lokale Umstände kann die Ausbildung von neuen kulturellen Identitäten mit lokalem Bezug bedeuten.

Zudem führen die Auswahl der Medien und die Präferenzen zu einem medial mitgeprägten Selbst- und Weltbild, gerade im Falle von Jugendlichen: Je weniger Primärerfahrungen vorliegen, desto stärker können sie von einseitigen Medienbildern beeinflusst werden. Soziale Vergleichsprozesse können zu einem für das Selbstwertgefühl ungünstigen Fazit führen. Zudem kann das Vielsehen oder die intensive Nutzung von Medien zu suchtartigem Verhalten führen. Die Identität, die man sich in virtuellen Spielumgebungen u. Chatrooms zugelegt hat, kann in die Realität des Alltags übergreifen.

Häufig wird durch die Medien ein Konsum- und Konformitätsdruck ausgelöst: Der Aufforderungscharakter der Medien kann dazu führen, dass suggeriert wird, die Befriedigung bestimmter Bedürfnisse könne primär durch Konsum erreicht werden. Konformitätsdruck entsteht, wenn die Anschlusskommunikation nur durch eine gewisse Anpassung gewährleistet

werden kann – wenn alle Peers von einem Angebot ergriffen werden, muss man dieses selbst verfolgen, um weiterhin teilnehmen zu können.

Dennoch bleibt festzuhalten: Massenmedien schaffen Kommunikationsangebote und setzen dadurch innerhalb von Sozialsystemen kommunikative Prozesse in Gang. Durch den Zugewinn an neuen medialen Kommunikationsformen (etwa dem Internet) werden alte Formen nicht verdrängt, sondern in ihren Möglichkeiten und Funktionen umgestaltet. Auch für die Jugendkultur spielt also die mediale Vermittlung eine wichtige Rolle.

- Hinsichtlich der Reproduzierbarkeit von Kultur ist ein entscheidender Aspekt, dass sich die Aneignung von kulturellen Formen nicht zuletzt auch im Entwurf von gesellschaftlichen und vor allem individuellen Lebensstilen niederschlägt:
- Die Rezeption der Hip-Hop-Szene hat zunächst zu der Ausbildung einer eigenen jugendlichen Subkultur geführt, die sich in einer spezifischen Sprache, Kleidung, ja sogar einer spezifischen Gangart manifestiert. Diese Subkultur ist durch ihre mediale Kommerzialisierung ausgeweitet (und somit aufgelöst) worden und existiert nun weiterhin als eine populärkulturelle Form, als eine der vielen Wahlmöglichkeiten aus alltagskulturellen Angeboten. Für die Produktion und die Distribution solcher und anderer Formen wichtige Institutionen sind das Fernsehen, Zeitungen und Zeitschriften, das Internet und das Radio. Darin zeigt sich erneut eine Facette der kulturellen Bedeutung von Massenmedien.
- Denn die Medienindustrie vermarktet Produkte der Jugendkultur (wie bestimmte Musikrichtungen) und trägt zur Etablierung

bestimmter Szenen bei („Miami Ink“ auf Dmax oder andere Tätowierformate, etwa auf RTL2).

- Die Medien sowie die Industrie erkennen, ob eine Jugendszene aus Jugendlichen aus der Mittelschicht besteht und richten ihre Angebotsproduktion auf diese aus, weil sie den Absatzmarkt erweitern können.
- Es kann ein zusätzlicher Bereich an Merchandising-Artikeln etabliert werden, welcher bestimmte Accessoires, Bekleidung oder gefragte Zutaten wie Soundtracks vertreibt.
- Die Exklusivität von jugendkulturellen Symbolen innerhalb einer Szene bedeutet meistens eine Kurzlebigkeit der jeweiligen Gruppe. Denn in so einem Fall ist eine rasche und breit gefächerte Verbreitung nicht möglich.
- Es ist zeitgleich aber auch als ein Verdienst der Medien anzusehen, dass einzelne kulturelle Stile auf die gesamte Generation ausstrahlen können.
- Im Gegensatz zu früheren Jugendgenerationen sind heutige Jugendszenen ungleich stärker medial vermittelt.
- Der Einfluss der medial vermittelten Elemente schlägt sich schließlich im Ausdruck und der Erlebnissteuerung nieder.
- Es werden etwa modische Trends durch die Medien vorgegeben, die die Jugendlichen adaptieren.
- Insofern haben die Medien auch in Bezug auf Kulturvermittlung eine starke Orientierungsfunktion.
- Zudem kann die Ausweitung auf den mobilen Bereich hinsichtlich des Zugewinns an jungen Kulturrezipienten von Bedeutung sein, zumal bereits 94 % der Jugendlichen in Deutschland im Besitz eines Handys sind. Mediale Symbiosen bestätigen die Verknüpfbarkeit von unterschiedlichen Mediensparten mit sozialen Alltagswelten. Nicht

nur Information, sondern auch Kommunikation wird an unterschiedlichen Orten zu unterschiedlichen Zeiten möglich, indem sich verschiedene Netzwerke im medialen Raum-Zeit-Kontinuum kreuzen und durch die individuelle Nutzung reproduziert werden können. Der Anschluss an soziale Formationen in medialen Räumen wird durch die Konnektivität des Internets ermöglicht. Hingewiesen sei also auf die Bedeutung der Massenmedien und ihrer mobilen Nutzungsmöglichkeit für die Identitäts- und Lebensstilkonstruktion von Jugendlichen.

- Zudem spielt noch ein weiterer spezifischer Aspekt eine wichtige Rolle:
- Sprache kann als ein grundlegendes stilbildendes und identitätsstiftendes Element genutzt werden. Wörter und Redewendungen können aus ihrem ursprünglichen medialen Zusammenhang gelöst und neu formiert werden, was gerade in der Sprachbildung jugendlicher Subkulturen sehr häufig und auffällig passiert. Gerade hierfür dienen die Medien als Ressourcen, Initiatoren, wenn nicht sogar als Vorbilder: Fernsehen, Printmedien und Internet sind Reflektoren und Quellen (sub-)kultureller Sprachakte, die von Jugendlichen in ihren Alltagsprachgebrauch adaptiert werden.
- Beispiele sind Vorlagen, die durch Formate von VIVA oder MTV vorgegeben und durch die Jugendlichen in ihren Alltag integriert werden.
- Denn vor allem bei populären Musikstilen spielt der massenmediale Konsum eine wichtige Rolle.
- Um sich über aktuelle Trends zu informieren, werden häufig zusätzlich auch Szene-Fanzines rezipiert.

- Auf diese Weise können präsentierte kulturelle Stile übernommen werden und sich als kulturelle Jugendszenen etablieren.
- Auch andere Medien als das Leitmedium Fernsehen werden durch Jugendliche genutzt:
- Studien belegen, dass junge Erwachsene viel lesen, nur eben nicht die Tageszeitung, sondern vorwiegend Zeitschriften. Ein Großteil jugendlicher Leser wendet sich auch kulturellen Themen zu (ebenfalls eher im Zeitschriftenformat).

Mediennutzung im Allgemeinen ist gerade in Bezug auf jugendliche Zielgruppen ein wichtiger Aspekt. Die Bedeutung von Medien wurzelt in ihrer Ressourcenfunktion für jugendliche Subkulturen, die gerade aus der Verbindung von Populärkultur mit dem Alltagsleben heraus medial vermittelte Symbole zur eigenen Identitäts- und Gruppenkreation heranziehen.

- Medien bieten also zum einen Angebote, die genutzt werden können, um neue Stile zu etablieren, bereits vorhandene zu verstärken, zu erweitern oder zu dezimieren, zum anderen können sie auch Umgangsformen mit diesen vermitteln, die von Jugendlichen in ihr Alltagsleben und seine Bereiche wie Identitätsbildung oder Problemlösung integriert werden.
- Der Haupteinfluss von Medien auf Jugendliche liegt eher im Bereich des Musikfernsehens, des Hörfunks und der Computernutzung verankert.
- Die Internetnutzung begünstigt Kommunikation, Feedback sowie Aktualisierung, wodurch wiederum soziale Netzwerke leichter aufgebaut und Informationen nutzergesteuert bewertet, kommentiert

und geordnet werden können, was zeitgleich die Interaktivität erhöht.

- Gerade bezogen auf jugendliche Kulturnutzer ist Interaktivität ein wichtiger Aspekt:
- Durch die Möglichkeit, interaktiv an der Nutzung oder gar Kreation eines Kulturangebotes teilhaben zu können, werden das Interesse, die Motivation und die Lust, Kultur für sich zu nutzen und mit anderen zu teilen, erhöht.
- Die eigene Partizipation wertet auch gewissermaßen das Selbstwertgefühl auf, denn man ist selbst gefragt, man kann selbst zu etwas beitragen – Bedeutsamkeit wird also vermittelt.
- Zudem hat man durch diese interaktive Teilhabe die Möglichkeit, auf das Endprodukt Einfluss zu nehmen, sich gewissermaßen das Kulturangebot ein Stück weit selbst miterschaffen.
- Im Internet kann dies besonders in Form von Blogs (Weblog = Web + Log) vonstatten gehen, die sich seit Ende der neunziger Jahre etabliert haben und als eine Art Tagebucheintrag fungieren. Durch die Einführung einer benutzerfreundlichen Blogging-Software wurde diese Art der Publikation nahezu für jedermann möglich – somit auch für Jugendliche!
- Aus einer Fülle von unterschiedlichen Blogs kann man die Litblogs (Thematisierung von Literatur) sowie die Photoblogs unterscheiden, die auf die Veröffentlichung von Photographien spezialisiert sind.
- Die Bedeutung von Blogs liegt darin, dass der Leser am Gelesenen teilhaben und auch teilnehmen soll (durchaus in einer Gruppe von mehreren Personen), indem er den Blog kommentiert und seine Kommentare wiederum anderen Nutzern zur Verfügung stellt. Dadurch können dynamische Diskussionsprozesse in Gang gesetzt

werden, die einem Blog ähnliche Publikationsoptionen verleihen wie gewöhnlichen Foren, etwa den Newsgroups.

- Blogs weisen zudem hypertextuelle Merkmale auf, die sich aus ihren verschiedenen Formen und Elementen (wie Trackbacks, Permalinks, Feeds und einem regen Angebot an Links) ergeben.
- Blogs zeichnet vor allem aus, dass sie Informationen kodifizieren und personalisieren und dabei den Verfasser in das Zentrum des Blogs rücken. Insofern obliegen dem Bloggen selbstdarstellende, identitätsbezogene Grundformen, die in Form von Bezügen auf den Verfasser und seine Identität über die allgemeinen Charakteristika (wie Quer- oder Direktverweise auf andere Online-Quellen, Verfassen der Texte als Episoden) hinausreichen. Blogs ermöglichen darüber hinaus eine Erweiterung der eigenen Sozialisation sowie die Mobilisierung von Lernkompetenzen und Wissensaneignung.
- ➔ Die Relevanz für Jugendliche ist vor diesem Hintergrund ersichtlich:
- Sie können also Kultur über Blogs rezipieren, selbst kommentieren und dadurch einen produktiven und kreativen Bezug zur medialen Kulturvermittlung bekommen.
- Dadurch dass sie selbst als „Autoren“ solcher Texte fungieren, werden sie mit einbezogen.
- Das kann im Falle eines Kommentars zu einem Buch oder zu einem Konzert sein.
- Es gibt noch einen weiteren wichtigen Aspekt diesbezüglich:
- Jugendliche schreiben für Jugendliche:
- Dadurch dass die Sprache und die Verständigungsebene annähernd gleich sind, können solch aufbereitete kulturelle Inhalte attraktiver wirken als von Erwachsenen verfasste.

- Somit bieten Blogs durch ihren Tagebuchcharakter eine Art „Stadtteiljournalismus“ für Jugendliche, die aktuelle regionale und jugendlich relevante Veranstaltungen, Themen und Ereignisse untereinander und miteinander in dieser Form kommunizieren können.
- Die rasche Verbreitung von Nachrichten jeglicher Art wird zudem durch das Moblogging, der Verbindung von Blogs mit einem mobilen Gerät (zum Beispiel einem Mobiltelefon), erleichtert.
- Dass man die Nutzung von Kultur im Internet Jugendlichen in dieser Form ermöglicht, erfordert eine medienpädagogische Eignung. Den Jugendlichen müssen diese Möglichkeiten der kulturbezogenen Vermittlung angeeignet werden.
- Sie brauchen erste Impulse, um dann – basierend auf ihrem bereits vorhandenen Wissen um die Internetnutzung – die praktische Umsetzung allein fortzuführen.
- Es sind also medienpädagogische Kompetenzen gefragt, damit die Jugendlichen nicht nur die nötigen Fertigkeiten, sondern auch die Lust, dieses einzusetzen, bekommen.
- Diesbezüglich ist ein wichtiger Aspekt, dass Jugendliche die Mediennutzung zum einen selbst steuern, zum anderen diese fremdgesteuert wird.
- Die zwei Wirkkräfte der Mediensozialisation von Jugendlichen sind zum einen die Selbst- und zum anderen die Fremdsozialisation.
- Selbstsozialisation bedeutet, dass der Jugendliche aktiv die Wahl der Medien und ihrer Inhalte selbst steuert. Der Jugendliche kann eigene Entwicklungsthemen als Grundlage nehmen um sich an Medieninhalten zu orientieren und sich mit Normen und Werten auseinanderzusetzen.

- Mediennutzung als Fremdsozialisation wiederum meint, dass andere Personen oder Institutionen den Medienumgang lenken. Diese anderen Personen können die Eltern sein – sie haben die Möglichkeit, den Medienumgang zu kontrollieren und zu regulieren, am meisten im eigenen Zuhause. Vor allem sie haben eine Vorbildwirkung – denn nach der sozial-kognitiven Lerntheorie von Bandura, dem Lernen am Modell, hat das Medienverhalten der Eltern Einfluss auf das der Kinder.
- Nachdem nun theoretisch angesprochen wurde, wie die Entwicklung verlaufen und das potentielle Angebot beschaffen sein kann, soll nun konkret auf die tatsächliche Nutzung und nachfolgend auf die vorhandenen Kulturangebote speziell für Jugendliche in den Medien anhand von ein paar ausgewählten Beispielen eingegangen werden.
- Tatsächlich ist Mediennutzung für Jugendliche ein wichtiger Bestandteil des Alltags:
- Die Haushalte, in denen Jugendliche leben, sind bestens mit Medien ausgestattet. Zudem verfügen sie selbst über viele Medien. In ihrer Freizeit wenden sich Jugendliche jedoch vorrangig Treffen mit Freunden, sportlichen Aktivitäten und der Entspannung zu.
- Zu den beliebtesten und häufigsten medialen Freizeitbeschäftigungen gehören die Nutzung von Internet, dem Fernsehen und dem Handy. Zudem können Medien für viele Jugendliche Statussymbole sein, etwa das Handy, der Computer oder die Spielkonsole.
(Quellen: iconkids & youth 2009, JIM-Studie 2009)
- Der Einfluss der Medien hängt auch damit zusammen, welche Medien den Jugendlichen zugänglich sind. Gibt es die Medien nur im Haushalt – oder zusätzlich auch im eigenen Zimmer?
- Nach der JIM STUDIE 2007 verfügen Jugendliche zwischen 12 u. 19 Jahren zu 67 % über einen eigenen Computer o. Laptop, fast die Hälfte

hat einen eigenen Internetzugang (45 %). Über einen eigenen Fernseher verfügen 67 %.

Einer JIM-Studie von 2009 mit 1200 12- bis 19-jährigen Jugendlichen und jungen Erwachsenen zur Folge ergeben sich folgende Nutzungszahlen:

Medium	Prozent/tägliche Nutzung
Handy	79 %
Internet	65 %
MP3	64 %
TV	63 %
Radio	58 %
Musik/CD	47 %
Tageszeitung	27 %
Bücher	23 %
Computer (offline)	17 %
Digitale Fotos	10 %
Computerspiele (offline)	8 %

Doch was wird, außerhalb des Musikfernsehens als Jugendkultur in den Medien thematisiert?

Medienbeispiele:

- BSP: Spiegel Online, Artikel vom 11.03.2010
- **„Jugendkultur Emo**
- **„Entdeck das Mädchen in dir**
- **[„Carola Padtberg](#)**
- **[„Sie tragen lange Haare, schminken sich, zeigen Gefühle. Die düster-kitschigen Emos sind die erste Jugendszene, in der sich Jungs an Mädchen anpassen. Sie stellen das Rollenmodell auf den Kopf, ernten dafür Spott und Unverständnis - und manchmal Schläge.](#)**
- **[„Jungs wie Pascal Birkle erfüllen alles, was vom modernen Mann so gefordert wird. „Gefühle sind mir sehr wichtig“, sagt der 17-Jährige, „das drücke ich auch in meinen Gedichten aus. Oder wenn ich singe.“ Er achtet auf seine Kleidung und trägt am liebsten Schwarz. Sein langer Pony fällt über ein Auge, das andere blickt empfindsam in die Welt. Manchmal sagen seine Mitschüler an seinem Gymnasium in der Nähe von Freiburg „Du bist krank“ oder „Geh zum Friseur“. Dann bedauert Pascal sie für ihre Engstirnigkeit. „Die sind einfach verklemmt. Ich rede aber lieber, als dass ich gleich draufhaue.“](#)**
- Anregungen
- Aufgabenstellung an Jugendliche:
- Recherche des Artikels
- Lektüre und Rezension

- Diskussion des Themas
- Aspekt: Inwiefern ist „Emo“ eine jugendkulturelle Szene?
- Was bewirkt diese mediale Thematisierung? (z.B. Aufklärung, Informierung, Suggestion etc.)
- **BSP: RUHR.2010: „Die Nacht der Jugendkultur“ (veröffentlicht im Internet)**
- Nacht der Jugendkultur
- Vorhang auf und Bühne frei für die Jugend! In der Nacht vom 3. auf den 4. Juli gehören die Bühnen, Straßen und Städte der Metropole Ruhr den Teens und Twens.
- Graffiti, HipHop, Rock und Breakdance in Gladbeck. Modern Dance und Stand-up Comedy in Ennepetal. Theater, Tanz, Video und Malerei in Bottrop. Film und Foto, Skaten und Klettern in Dorsten. Lagerfeuer, Nachtwanderungen, BMX und Parcour in Bergkamen. Feuer & Flamme mit Fackeldinner in Selm. Rappen bis zum Morgengrauen in Marl. Poetry Slam in Oer-Erkenschwick. Nixen und Könige performen in Witten. Kunst und Kultur zum Mitmachen in Werne. Mediales, Sport, Design und Musik in Lünen. Varieté, portdisco und Theatersport in allen Teilen Essens. Body-Painting, VJ-Performances und Walk-Acts quer durch Dortmund. Hamm macht Theater mit Graffiti und Streetart. In Hagen kochen die Kulturen. Rap Culture bewegt ganz Wetter. HipHop, Breakdance und eine lange Bandnacht in Gelsenkirchen. Nächtliches Klettern mit Konzert in Bönen. Kreativ und verrückt in Herten. Und das ist bei Weitem noch nicht alles!
- Anregungen
- Recherche des Veranstaltungshinweises

- Thematische Zusammenfassung
- Plan eines Ausflugs
- Im Anschluss:
- Thematisierung der eigenen Eindrücke
- Bewertung der kulturellen Veranstaltung
- Beispiel für Jugendkultur im Radio:

Zündfunk/Blog:

[So klingt Oberstaufen](#)

[Donnerstag, 11. November 2010 | 18:38](#)

[Kommentare \(0\)](#)

[Geschrieben von](#) Oliver Buschek

Google Street View zeigt der Welt, wie Oberstaufen aussieht. Aber wie klingt der 7000-Einwohner-Ort? Zum Glück gibt's BR Street Audio. Zu hören heute bei uns. Außerdem: Kann ein Tellerwäscher in Deutschland Millionär werden? Seltsame Sachbücher über den Tod. Und Barbara Höflers Modekolumne in 3D!

Übers Zuhören freuen sich Oliver Buschek & Noe Noack.

VORTEILE:

Jugendliche werden über Programminhalte informiert

zur Nutzung und zur Auseinandersetzung mit dem Thema animiert

zur Kommentierung angeregt

→ interaktive Teilhabe

→ Austausch innerhalb der social communities

- Beispiel:
- U21 auf Bayern Klassik: Mittwochs 21.03 Uhr

- Beispiel: Jugendkultur im TV:
- ZDF: Sendung „JugendKULTur“
- Zur Zeit weder im Archiv noch im aktuellen Programm
- Interessante Themen: Emo-Szene, Hip-Hop
- Schlussfolgerung: Emo-Szene scheint eine wichtige jugendkulturelle Perspektive zu sein
- Zur Zeit keine Informationen bekannt

- Beispiel aus dem regionalen Fernsehbereich:
- „Polaris“, Magazin im Frankenfernsehen, unter Beteiligung von Parabol
- Thema: Jugendkultur, eigene Beteiligung und Mitwirkung möglich, alle vier Wochen, donnerstags ab 18.45 Uhr

- Veranstaltungsbeispiel aus der Nähe:

„Die **KECKOS** sind die neue Improtheatergruppe der Jugendkulturarbeit (der Evangelischen Jugend). Sie feiern am **13. Dezember 2010 im KECK** ihre **Premiere!**“

- Anregung:
- Veranstaltungshinweis im Internet recherchieren
- Daten zusammentragen
- Vorstellung und Bewertung der Veranstaltung
- Besuch: Nachbereitung der Veranstaltung

Quellen der Medienbeispiele:

<http://www.essen-fuer-das-ruhrgebiet.ruhr2010.de/programm/feste-feiern/nacht-der-jugendkultur.html>

<http://www.spiegel.de/schulspiegel/leben/0,1518,676835,00.html>

<http://www.br-online.de/br-klassik/u21/index.xml>

<http://www.br-online.de/bayern2/zuendfunk/>

<http://infokanal.zdf.de/ZDFde/inhalt/15/0,1872,7304047,00.html>

<http://www.frankenfernsehen.tv/default.aspx?ID=1097&showSendung=47>

9

Schluss: Subjektive Einschätzung

Meiner Meinung nach ist Kultur etwas Alltägliches, geistig und seelisch Notwendiges, für Kinder wie für Jugendliche und auch Erwachsene gleichermaßen. Wenn man Kultur als einen unabdingbaren Bestandteil des Lebens erfährt, ist es nicht nötig, auf einen Zugang zur Kultur überhaupt angewiesen zu sein. Allerdings haben viele Jugendliche nicht die bereichernde Erfahrung gemacht, dass die Kultur ihre Kindheit und Jugend auf eine unaufdringliche, tief verbindliche Weise bereichert hat. In so einem Falle bieten sich die Medien als ein wichtiger Bestandteil jugendlicher Nutzungsaktivitäten an, um Kultur zu vermitteln. Dabei kann über die digitalisierten Medien ein eigener Zugang für Jugendliche, etwa über Blogs und andere interaktive Formen, ermöglicht werden – oder aber Kultur wird als Angebot von Fernsehen, Hörfunk und Print genutzt, worauf die Jugendlichen im Vorfeld aufmerksam gemacht werden können. Insofern können sie über die Medien zum einen Kultur selbst thematisieren, zum

anderen die Thematisierung von Kultur rezipieren. Eine medienpädagogische Unterstützung ist eine wichtige Voraussetzung dafür, dass die Kulturrezeption als eine positive Erfahrung und nicht als ein Imperativ empfunden wird.

Anregungen zur DISKUSSION:

Wie kann man das Verständnis für die Jugendkultur verbessern?

Wie kann man die mediale Nutzung von Kulturangeboten gegenüber Jugendlichen attraktiver gestalten?