

Andreas Hepp

Deterritoriale Vergemeinschaftungsnetzwerke. Jugendkulturforschung und Globalisierung der Medienkommunikation

2006

<https://doi.org/10.25969/mediarep/1807>

Veröffentlichungsversion / published version

Sammelbandbeitrag / collection article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Hepp, Andreas: Deterritoriale Vergemeinschaftungsnetzwerke. Jugendkulturforschung und Globalisierung der Medienkommunikation. In: Christoph Jacke, Eva Kimminich, Siegfried J. Schmidt (Hg.): *Kulturschutt. Über das Recycling von Theorien und Kulturen*. Bielefeld: transcript 2006, S. 124–147. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/1807>.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Creative Commons - Namensnennung - Nicht kommerziell - Keine Bearbeitungen 3.0 Lizenz zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu dieser Lizenz finden Sie hier:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0>

Terms of use:

This document is made available under a creative commons - Attribution - Non Commercial - No Derivatives 3.0 License. For more information see:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0>

DETERRITORIALE VERGEMEINSCHAFTUNGS- NETZWERKE: JUGENDKULTURFORSCHUNG UND GLOBALISIERUNG DER MEDIENKOMMUNIKATION

ANDREAS HEPP

1. VOM „SCHUTT“ ÜBER DEN „BOOM“ ZUR „BANALITÄT“

Nicht nur im angloamerikanischen, auch im deutschsprachigen Raum kann ein zunehmendes Interesse an den Cultural Studies ausgemacht werden. Ob in der Kommunikations- und Medienwissenschaft, der Soziologie, Pädagogik oder anderen wissenschaftlichen Disziplinen – wenn es um die Auseinandersetzung mit gegenwärtigen Populärkulturen geht, wird auf verschiedenste Arbeiten der Cultural Studies zunehmend Bezug genommen. Diese werden dabei als eine Tradition aufgegriffen, die letztlich eine in dem Sinne produktive Populärkulturforschung mit etabliert hat, dass letztere nicht mehr von vornherein als „Schutt“ oder „Trivialität“ begriffen wird, sondern der Populärkultur das Recht eines relevanten Gegenstandsbereichs wissenschaftlicher Auseinandersetzung zugesprochen wird. In diesem Zusammenhang wurden im deutschsprachigen Raum insbesondere die so genannten Aneignungsstudien aufgegriffen, also solche Untersuchungen aus der Tradition der Cultural Studies, in denen der alltägliche Konsum – das „Sich-zu-eigen-Machen“ – von Kulturprodukten im Fokus steht. Es geht hier um Themen wie die produktive Aneignung von Soap Operas oder Romanen bei Frauen, um die Differenziertheit von Aneignungsstilen in unterschiedlichen Gruppen oder eben auch um Medien als Kristallisationspunkte jugendkultureller Stile. Die Beschäftigung mit dem, was in den 1960er, 1970er und 1980er Jahren als „Kulturschutt“ eher am Rande der Sozialwissenschaften stand, wurde mehr und mehr zum wissenschaftlichen Gegenstand. Und letztlich kann zumindest in Teilen die akademische Etablierung der Cultural Studies in diesem Zusammenhang gesehen werden.

Bereits Anfang der 1990er Jahre hat sich Meaghan Morris (1990, dt. 2003) mit diesem, wie sie es bezeichnet, „Boom“ von Cultural Studies in der Populärkulturforchung auseinander gesetzt. Dabei hat sie eine Dialektik von „Boom“ im Allgemeinen ausgemacht, die sich auch am Boom der Cultural Studies festmachen lasse. Einerseits impliziert „Boom“ Leidenschaft und Begeisterung für etwas, mehr als der Ausdruck Mode das tut. Gleichzeitig definiert ein „Boom“ aber andererseits als solche Leidenschaft und Begeisterung einen Diskurs, was zu einem bestimmten Zeitpunkt über einen bestimmten Gegenstand gesagt werden kann. Genau im Etablieren eines solchen festen Diskurses der Auseinandersetzung mit Populärkultur sieht Meaghan Morris auch den problematischen Aspekt des „Booms“ der Cultural Studies, bei dem sich für sie eine „beginnende Tendenz [abzeichnet], einen bestimmten theoretischen Stil der Alltagsanalyse [...] zu vermarkten“ (Morris 2003: 55). An diesem Punkt wiederum macht Morris eine Banalisierung der Cultural Studies fest, die sich durch die Form der Populärkulturforchung in diesem „boomenden Ansatz“ ergibt. Ihr erscheint es, als ob in einem internationalen Verlags- haus eine Masterdiskette mit einem Argumentationsschema läge, das ein fürs andere Mal bei einer jeden Populärkulturstudie repliziert werden würde: Man befasst sich mit Populärkultur in einer im weitesten Sinne „ethnografischen“ Zugangsweise, bei der die Bedeutungsangebote von Medien- und Kulturprodukten mit der Produktivität, Eigenständigkeit und Widerständigkeit der alltäglichen Bedeutungsproduktion der Leute im Alltag konfrontiert werden. Die Folge sei letztlich eine Banalität der gemachten Aussagen über Populär- und Alltagskultur, wenn solche Studien darauf hinaus laufen, dass „Menschen in modernen mediatisierten Gesellschaften [...] komplex und widersprüchlich [sind], die massenkulturellen Texte [...] komplex und widersprüchlich [sind], die mit ihnen operierenden Menschen [...] also eine komplexe und widersprüchliche Kultur [produzieren, die] [...] kritische und widerständige Elemente aufweist“ (Morris 2003: 72).

Lässt sich hier also eine geradlinige Abfolge von einem zunehmenden wissenschaftlichen Interesse an „populärkulturellem Schutt“ über einen „Boom“ der Cultural Studies hin zu einer „Banalisierung“ der Populärkulturforchung ausmachen? Und ist dabei nicht gerade die Jugendkulturforchung der Cultural Studies letztlich zu einem „unkritischen Feiern“ des Populären verkommen? Sicherlich kann man Meaghan Morris dahingehend zustimmen, dass in der akademischen Etablierung der Populärkulturforchung der Cultural Studies – ob im Bereich der Auseinandersetzung mit Medien und Jugendkultur oder in anderen Bereichen – eine gewisse Gefahr der Banalisierung inne wohnen kann, wenn der ehemals kritische Fokus der Cultural Studies verloren geht. Auf der anderen Seite kann man aber gerade „in der Art“ der Hinwendung der Cultural Studies zu dem „Schutt“ der Populärkultur bis heute ein spezifisches und innovatives Potenzial ausmachen, indem es den Cultural Stu-

dies nicht darum geht, eine abstrakte Kultur,-theorie“ zu betreiben, sondern um die Theorie geleitete wie auch Theorie generierende kritische Analyse alltäglicher kultureller Phänomene und Konflikte.

Bezogen auf die Jugendkulturforschung im Rahmen der Cultural Studies haben die Überlegungen von Meaghan Morris allerdings dennoch eine Aktualität, wenn man sie als Hinweis dahingehend liest, dass sich eine kritische Jugendkulturforschung nicht dazu verleiten lassen darf, bezogen auf einen spezifischen zeitlichen und räumlichen Kontext erarbeitete Ergebnisse und Theoretisierungen – gewissermaßen mittels einer Masterdiskette – unhinterfragt auf andere Kontexte zu übertragen. Letztlich sind es solche von spezifischen Kontexten abstrahierenden Übertragungen, die eine „Banalisierung“ von Forschungsergebnissen der Cultural Studies voran treiben. Begreift man hingegen die Cultural Studies als einen Ansatz, der sich einer „radikalen“ Kontextualität seiner eigenen Forschung verpflichtet fühlt (vgl. Ang 1999), so müssen bestehende Arbeiten in ihrer Reichweite und ihren Theoretisierungen stets aufs Neue in Bezug auf die sich wandelnden Kontexte hinterfragt werden. Für eine an die „klassischen“ Arbeiten der Cultural Studies angelehnte Jugendkulturforschung bedeutet dies, dass es nicht darum gehen kann, die frühen Arbeiten zur Jugendkultur wieder und wieder zu replizieren. Vielmehr gilt es, den produktiven Fokus der Cultural Studies auf Jugendkulturen aufzugreifen, ihn allerdings bezogen auf spezifische gegenwärtige Kontexte weiter zu entwickeln. Dabei erscheint gerade die fortschreitende Globalisierung der Medienkommunikation als ein heutige Jugendkulturen in erheblichem Maße prägender Prozess, wenn sich diese vermittelt durch die Medien zunehmend translokal ausbreiten und einem erheblichen Wandlungsprozess ausgesetzt sind. Doch wie hat sich Jugendkultur mit der Globalisierung der Medienkommunikation genau gewandelt? Was bedeutet dies für die „klassischen“ Konzepte der Jugendkulturforschung im Rahmen der Cultural Studies? Und wie kann gegenwärtig eine kritisch orientierte Jugendkulturforschung aussehen, die den Fragen und Herausforderungen der Globalisierung der Medien gerecht zu werden versucht, ohne „banal“ zu sein?

Es sind diese Fragen, mit denen ich mich in meinem Beitrag auseinander setzen möchte. Hierzu werden in einem ersten Abschnitt zentrale Konzepte der „klassischen“ Jugendkulturforschung der Cultural Studies skizziert, wobei es mir darum geht, das kritische Potenzial dieser Studien herauszuarbeiten und zu gewichten. Letztlich ist es dieses Potenzial, das ich als das eigentliche Spezifikum der Jugendkulturforschung der Cultural Studies begreife. Ausgehend hiervon soll der Versuch unternommen werden, den sich mit der Globalisierung der Medienkommunikation vollziehenden Wandel von Jugendkultur zu fassen und einen für die Auseinandersetzung mit zunehmend „globalisierten“ Jugendkulturen angemessenen Analyseansatz zu skizzieren. Jugendkulturen werden hier als eine spezifische Form populärkultureller deterritorialer Gemein-

schaftsnetzwerke begriffen. Auf der Basis dieser Überlegungen werden dann in einem letzten Abschnitt des Beitrags zwei Perspektiven für eine an den Cultural Studies orientierte Jugendkulturforschung skizziert werden, die diese meines Erachtens aufgreifen sollte, wenn sie einerseits den kulturellen Wandel der Globalisierung ernst nehmen und andererseits das kritische Potenzial der Cultural Studies nicht aufgeben möchte.

2. JUGENDKULTURFORSCHUNG ALS SUBKULTURELLE STILFORSCHUNG

In gewissem Sinne kann man argumentieren, dass die „klassischen“ Jugendstudien der Cultural Studies vor allem zwei Aspekte ins Zentrum der Betrachtung rücken. Erstens wurde in den Arbeiten die Re-Artikulation bestehender kultureller Zusammenhänge betont, zweitens ging es darum, Möglichkeiten und Grenzen des „Widerstands“, „Eigensinns“ und der „Produktivität“ von Jugend(sub)kulturen herauszuarbeiten, um aufzuzeigen, inwieweit diese jenseits bestehender Machtverhältnisse Freiräume bieten können (oder eben auch nicht). Wie ich im Weiteren argumentieren möchte, war ein solcher Fokus zu dem Zeitpunkt, in dem diese Studien entstanden sind, zentral – ging es doch darum herauszuarbeiten, welche emanzipatorischen Möglichkeiten die sich spätestens nach dem 2. Weltkrieg auch in Großbritannien fest etablierenden Jugendkulturen boten. Gegenwärtig erscheint ein solches Betonen von Re-Artikulation bestehender Kulturen aber dann als problematisch, wenn hierdurch die Komplexität gegenwärtiger jugendkultureller Verdichtungen aus dem Blick gerät.

Der wohl zentrale theoretische Ausgangspunkt für die Jugendstudien der Cultural Studies ist der von Stuart Hall und Tony Jefferson 1976 herausgegebene Sammelband *Resistance through Rituals. Youth Subcultures in Post-War Britain* (Hall und Jefferson 1976; dt. Clarke et al. 1979), der mit Beiträgen von John Clarke, Dick Hebdige, Angela McRobbie und anderen die wichtigsten Angehörigen des „Centre for Contemporary Cultural Studies“ versammelt, die sich mit dem Phänomen der Jugend(sub)kultur auseinandersetzen. Zentral für das Verständnis der Jugendstudien der Cultural Studies ist ihr Begriff der Jugendkultur als *Subkultur* (vgl. Clarke et al. 1979). Mit Bezug auf das Williamssche Konzept der Kultur als „whole way of life“ begreifen John Clarke et al. die Kultur als die distinkte Lebensweise einer Gruppe oder Klasse, die neben den materiellen Produkten deren Bedeutungen, Werte und Ideen mit einschließt. Subkulturen zeichnen sich nun durch „kleinere, stärker lokalisierte und differenzierte Strukturen“ (Clarke/Hall/Jefferson/Roberts 1979: 45) innerhalb eines größeren kulturellen Zusammenhangs aus, wobei sie einerseits in einer Beziehung zu ihrer „Stammkultur“ stehen, an-

dererseits hinreichend eigenständige Gestalt und Strukturen aufweisen, die sie von dieser unterscheidbar machen. Die Erfahrungen und Reaktionen der Mitglieder einer Subkultur basieren auf der gleichen Grundproblematik wie die der Mitglieder ihrer Stammkultur, wobei die Subkultur dadurch gekennzeichnet ist, dass sie gegenüber der in einer Gesellschaft dominanten oder hegemonialen Kultur(en) untergeordnet bleibt. In diesem Sinne sind Jugendsubkulturen wie die der Rocker, Punks etc. doppelt artikuliert, erstens in Bezug auf ihre Stammkultur (z.B. die Arbeiterkultur), zweitens in Bezug auf die dominante(n) Kultur(en) (z.B. die des Bürgertums).

Dieses Konzept von Jugendkultur als Subkultur ist auf zweifache Weise gegen die zum damaligen Zeitpunkt vorherrschende Diskussion um Jugend gerichtet (vgl. Clarke/Hall/Jefferson/Roberts 1979: 48): Erstens ist es gegen ein Verständnis gerichtet, das Jugend selbst als „Quasi-Klasse“ begreift, also als eine mehr oder weniger autonome, unabhängig von ihren weiteren soziokulturellen Kontexten zu beschreibende Entität. Zweitens aber – und dies mag aus heutiger Perspektive als die eigentlich interessante Stoßrichtung der Jugendstudien der Cultural Studies erscheinen – ist es gegen eine Vorstellung gerichtet, die Jugendkultur ausschließlich im Rahmen einer kommerziellen Ausbeutung und medialen Manipulation begreift. Jugend(-kultur) ist – so die zentrale These – mehr als nur ein Marktphänomen und bedarf eines komplexen Begriffsgefüges zu ihrer Beschreibung.

Wichtige Begriffe für die Beschreibung dieses komplexen Gefüges sind der des Stils und der der Homologie, wobei Stil primär als ein Freizeitphänomen angesehen wird. Dies kann mit der „Stammkultur“ der meisten jugendkulturellen Stile begründet werden, nämlich der Arbeiterkultur, wie sie sich seit dem 19. Jahrhundert konstituiert hat. In dieser ist die Freizeit der Bereich der „relativen Freiheit“, in dem die Arbeiter ihren Vergnügen nachgehen können. Zentral dabei ist, dass die Freizeitwelt nicht von der der Arbeit abgekoppelt ist, sondern dass die Freizeitvergnügen in ihren kulturellen Mustern „homolog“ zu der Arbeitswelt sind. Unter „Homologie“ ist also zu fassen – wie es Paul Willis formuliert –, dass „besondere Gegenstände [und Praktiken; A.H.] in ihrer Struktur und ihrem Gehalt der Struktur [...] der sozialen Gruppe entsprechen und diese reflektieren“ (Willis 1981: 238). Als homolog zur Arbeitswelt wird beispielsweise das Männlichkeitsethos, wie es in der Fußballkultur der Arbeiter ausgelebt wird, begriffen: „ein Mann“ muss, wie ein Fußballer, in der Lage sein, „etwas einzustecken und es trotzdem wieder versuchen“ (Clarke 1979: 135). Arbeitswelt und Freizeitwelt werden hier auf der Ebene kultureller Muster in einer weitgehenden Übereinstimmung gesehen, die als Homologie wiederum auf die Spezifik der Stammkultur verweist.

Wie kann nun in diesem Zusammenhang „jugendkultureller Stil“ begrifflich gefasst werden? Was ist hierunter zu verstehen? Ein Ansatz-

punkt zum Verständnis von *Stil* in Jugendkulturen ist die Stilschöpfung. So entstehen Stile nicht aus dem Nichts, sondern – um einen Begriff von Claude Lévi-Strauss zu gebrauchen – durch die *Bricolage* bestehender Objekte, d.h. durch deren Rekontextualisierung „innerhalb eines Gesamtsystems von Bedeutung, das bereits vorrangig und sedimentierte, den gebrauchten Objekten anhaftende Bedeutungen enthält“ (Clarke 1979: 136). Solche Objekte können Kleidungsstücke, aber auch Schmuck und Gebrauchsgegenstände sein, d.h. Waren, wie sie auf dem Markt existieren. In der bricolagehaften Aneignung werden diese Objekte einer Transformation unterzogen, durch die sich die primären Objektbedeutungen wandeln und ihnen im Kontext des Stils eine neue Bedeutung zukommt. Vergegenwärtigen kann man sich dies beispielsweise am Stil der Punks, in dem die verschiedensten (Konsum-)Objekte rekombiniert werden zu einem gegen Konsum gerichteten Stil des Punk-Seins. Die zentrale Funktion des Stils ist dabei die Abgrenzung der Gruppenidentität gegenüber anderen Gruppierungen. In den Worten John Clarkes:

„Eine der wichtigsten Funktionen eines eigenen subkulturellen Stils ist es, die Grenzen der Gruppenmitgliedschaft gegenüber anderen Gruppen zu definieren. Dies stellen wir uns meist als Reaktion auf andere Gruppen innerhalb eines subkulturellen Lebenszusammenhangs der Jugend vor (z.B. Mods contra Rockers, Skinheads contra Hippies und ‚Greasers‘; usw.). [...] [I]hre Reaktion gegen bestimmte Gruppen manifestiert sich nicht primär in den symbolischen Aspekten des Stils (Kleidung, Musik usw.), sondern zeigt sich in der ganzen Skala von Aktivitäten, Kontexten und Objekten, die zusammen das Stil-Ensemble bilden.“ (Clarke 1979: 141; Herv. i. O.)

Gerade im Hinblick auf eine Auseinandersetzung mit Medienkommunikation stellt sich hier die Frage, welche Funktion den Medien in diesem Ansatz zur Beschreibung von Jugendkultur zugesprochen wird. Clarke diskutiert diese insbesondere in Bezug auf die Verbreitung des Stils, wobei er davon ausgeht, dass sich ein subkultureller Stil mit seiner Ausbreitung in einem „Konsumstil“ auflöst bzw. auflösen kann. Die Medien haben dabei eine widersprüchliche Rolle, die man nicht auf den Aspekt der „Manipulation“ der Jugendlichen reduzieren kann. So kann auf der einen Seite die häufig ablehnende Berichterstattung in den Medien über subkulturelle Stile eine zur Intention der Medienschaffenden gegenteilige Wirkung haben, nämlich die, dass sich der Stil in seiner subkulturellen Spezifik unter Jugendlichen weiter verbreitet. Dies ist insbesondere dann der Fall, wenn zwischen medial vermitteltem, jugendkulturellem Stil und der (Stamm-)Kultur der Jugendlichen eine Homologie besteht. Clarke macht diesen Zusammenhang an der Berichterstattung über die Skinheads bzw. den Skinhead-Stil deutlich:

„Im Fall der Skinheads wie auch in anderen Fällen wird das Image dem Publikum mit gänzlich negativen Konnotationen präsentiert. [...] Aber es sind auch

„deviante“ Lesarten möglich, und zwar durch Gruppen von Heranwachsenden, die *bereits* am Fußball-Vandalismus beteiligt sind. So können Medienberichte über Gruppen, die ein ähnliches Engagement haben, sich aber in ihrer Kleidung und ihrer Haartracht unterscheiden, den ‚stillosen‘ Fußballanhängern ein Mittel zum Eintritt in den voll entwickelten subkulturellen Stil bieten. Ihre eigenen Bezugssysteme (Fußball, Gewalt, Gruppenmitgliedschaft) gestatten es ihnen, die Nachrichten über Skinhead-Banden positiv zu interpretieren und potenzielle Verbindungen zwischen dem Stil und ihren eigenen Aktivitäten herauszulesen.“ (Clarke 1979: 148f.; Herv. i. O.)

Dies wäre ein Beispiel für eine nicht intendierte Instrumentalisierung der Medien Seitens von Jugendlichen als Kristallisationspunkt von Jugend-subkultur.

Auf der anderen Seite kann die (positiv oder negativ wertende) Berichterstattung in den Medien über die Stile jugendlicher Subkulturen den Effekt ihrer Kommerzialisierung und damit verbunden ihrer Auflösung als *Subkultur* haben. Indem sich bestimmte Stilelemente so weit verbreiten, dass sie über keine Distinktionsspezifität mehr verfügen, werden sie für die Jugendlichen in ihrer gruppenkonstituierenden Funktion „bedeutungslos“, der subkulturelle Stil als solcher löst sich allenfalls in einem „Konsumstil“ auf. Auch hier geht es aber nicht einfach um eine Standardisierung der Jugendkultur durch die Medien oder „Kulturindustrie“. Insbesondere beim Aufgreifen neuer Stile spielen junge Unternehmende eine zentrale Rolle, die in enger Verbindung zu ihren „Märkten“ stehen, und im Einzelfall Teil der Subkultur sind, die sie mit ihren Produkten fokussieren. Beispiele für solche Unternehmende wären Inhaberinnen oder Inhaber „alternativer Medieninstitutionen“ wie kleine CD-Labels und alternative Hörfunkstationen oder Modeunternehmen, die in eigenen Läden verkaufen. Die „Kommerzialisierung“ von Jugendstilen beginnt also von „unten“, d.h. aus dem Umfeld der Jugendkulturen selbst. Eine Auflösung des primären Lebensstils der Jugendkulturen in einen sekundären Konsumstil setzt aber in dem Moment ein, wenn einzelne Elemente aus dem sozialen Kontext der ursprünglichen Stil-Bricolage herausgehoben werden, d.h. die verkauften (Medien-)Produkte zu einem Symbol von „Jugendlichkeit“ im Allgemeinen werden. An diesem Punkt beginnt jedoch der Prozess von Stil-Bricolage möglicherweise von Neuem: Die Produkte besitzen nun ein Bedeutungspotenzial, das sie prinzipiell als Objekte für neue subkulturelle Stil-Bricolagen geeignet erscheinen lassen kann.

Solche Zusammenhänge werden an späteren Jugendstudien der Cultural Studies deutlich wie die Untersuchungen *Learning to Labour. How Working Class Kids get Working Class Jobs* (dt. Willis 1979) und *Pro-fane Culture* (dt. Willis 1981) von Paul Willis, Dick Hebdiges *Subculture – The Meaning of Style* (dt. Hebdige 1983) und *Hiding in the Light* (Hebdige 1988) oder die Studien von Angela McRobbie zu „Mädchenkulturen“ (vgl. McRobbie und Savier 1982; McRobbie 1994). Gemeinsam ist diesen frühen Jugendstudien, dass sie den Jugendkulturen die

Dimension einer „Politik von Subkultur“ zusprechen. Paul Willis spricht hier von der „lokalen Kulturpolitik“ (Willis 1981: 221), Dick Hebdige von der „Politik des Vergnügens“ oder der „Politik der Lust“ (Hebdige 1985: 190). Diese in den Jugendstudien aufgezeigte „widerständige“ Dimension subkulturellen Handelns ist es, die nachhaltig auch die weiteren Aneignungsstudien der Cultural Studies geprägt hat. Doch was ist genau unter dieser Politik von Subkultur zu verstehen? Wie können jugendliche Subkulturen eine politische Dimension ihres Stils entwickeln? Dies soll im Weiteren an den wohl einflussreichsten der „klassischen“ Jugendstudien der Cultural Studies gezeigt werden, nämlich Paul Willis' *Profane Culture* und Dick Hebdiges *Subculture*.

Paul Willis arbeitet in *Profane Culture* die Spezifik der Stile von Rocker- und Hippie-Kulturen heraus, die sich seiner Argumentation nach durch eine „lokale Kulturpolitik“ auszeichnen. Mit diesem Ausdruck möchte Willis den Sachverhalt fassen, dass die beiden von ihm beschriebenen Subkulturen in ihrem Lebensstil und damit in ihren Transformationen bestimmter kultureller Objekte und Felder in ihren Alltagsroutinen „einige der massiven Widersprüche in der modernen Gesellschaft“ (Willis 1981: 214) sondieren: „Statt sich der Kontrolle zu unterwerfen und zuzulassen, dass die Waren [...] das Alltagsleben und die Lebensweise bestimmten und somit viel umfassendere ideologische Muster aufzwingen, nahmen sie in gewisser Weise die Kontrolle selbst in die Hand“ (Willis 1981: 215). Diese „lokale Kulturpolitik“ ist dann fassbar, wenn man die beiden Subkulturen im Spannungsverhältnis zu ihren Stammkulturen – im Falle der Hippiekultur die bürgerliche Angestelltenkultur, im Falle der Rocker die Arbeiterkultur – sieht. So kann man die Hippies als „immanente Kritik der protestantischen Ethik“ der Angestelltenkultur ansehen: In ihrer Zelebrierung des Hedonismus, einer umfassenden Ablehnung von Arbeit und traditioneller Zeiteinteilung sowie der Überbetonung von subjektiver Befindlichkeit bis hin zu deren Dekonstruktion konstituiert sich die Hippiekultur in einem Lebensstil, der gegen deren Werte gerichtet ist.

Ähnliches gilt – wenn auch in anderen Zusammenhängen – für die Subkultur der Rocker. Im Mittelpunkt dieses Lebensstils steht einerseits die Technik, die die Rocker mit ihren Maschinen „bändigen“. Damit gelingt ihnen auf symbolische Weise das, was innerhalb der Stammkultur der Arbeiter nicht gelingt, in der der Umgang mit (Produktions-)Technik am Arbeitsplatz eher durch Entfremdung und ein „Von-der-Technik-kontrolliert-Werden“ gekennzeichnet ist. Andererseits fordern die Rocker durch die Respektlosigkeit und Direktheit ihres Umgangsstils die institutionalisierten Formen von Höflichkeit heraus, die für den bürokratischen Konformismus kennzeichnend sind, der auch die Arbeiterkultur prägt. Die körperliche, maskuline Präsenz manifestiert hier ein Potenzial der Stammkultur, das in ihrem Alltag kaum mehr zu finden ist. In den Worten von Paul Willis zeigt so die „Robustheit der Motorradkultur [...] uns

die Zerbrechlichkeit der urbanen Sensibilität, und das dem Menschen angepasste Motorrad zeigt uns den Terror gigantischer Technologien“ (Willis 1981: 219).

Das Vorhandensein einer solchen „eigenen, lokalen Kulturpolitik“ bedeutet aber nicht, dass Subkulturen eine wirkliche Alternative zu ihren Stammkulturen darstellen würden, da sie gerade als *Subkultur* – d.h. durch ihre Unfähigkeit, sich zur selbstständigen Stammkultur fortzuentwickeln – scheitern. So lehnen die Hippies Arbeit in der gesellschaftlich definierten Form ebenso ab wie die meisten Ideologien, die das gesellschaftliche Leben prägen. Sie tragen eine solche Kritik aber nicht nach außen, beispielsweise indem sie andere Definitionen von Arbeit realisieren, vielmehr verabschieden sie sich in einem „abergläubischen Rückzug“ von der weiteren Gesellschaft. Ähnlich haben die Rocker zwar eine Form der Technik in ihrer Subkultur gemeistert, in einem umfassenderen politischen Sinne versagen sie jedoch in ihrem Unvermögen, sich produktiv in ihrer durch Technik geprägten Arbeitswelt einzubringen. Trotz einem solchen „Scheitern nach Außen“ beinhaltet die „lokale Kulturpolitik“ der beiden Subkulturen aber ein Potenzial von Widerstand, das – um hier einen jüngeren Begriff von Ulrich Beck (1993) zu gebrauchen – subpolitisch ist:

„Das Entscheidende bei diesen Kulturen ist, dass sie beispielhaft zeigen, wie großräumige Lösungen, politische Programme und theoretische Perspektiven völlig bei der Aufgabe versagen, eine kulturelle Ebene herzustellen oder auch nur deren Bedeutsamkeit zu erahnen – die Bedeutsamkeit von Transformationen im Detail, die Bedeutsamkeit eines Wandels in der täglichen Routine und im Alltagsbewusstsein. Diese Leistung muss erhalten bleiben – das, wo Menschen sich wirklich einmal die Ärmel hochgekrempt haben – und nicht die Lehnses-selperspektive: das Es-hätte-sein-Können.“ (Willis 1981: 226)

Ganz ähnliche Vorstellungen vom gesellschaftsverändernden Potenzial von Subkulturen entwickelt Dick Hebdige mit seinem Begriff der „Politik des Vergnügens“, wenn auch seine Argumentationen wesentlich stärker von poststrukturalistischer und postmoderner Theoriebildung geprägt sind als die von Paul Willis. Um Hebdiges Begriff der „Politik des Vergnügens“ zu fassen, muss man ihn im Spannungsfeld seiner zwei wohl zentralen Studien sehen, nämlich *Subculture* und *Hiding in the Light*.

Im Gegensatz zu Paul Willis unternimmt Dick Hebdige in *Subculture* nicht den Versuch, seine Argumentation mit einem ethnografischen Vorgehen zu rechtfertigen, sondern präsentiert seine Interpretation der von ihm untersuchten Jugend-Stile – Rockkultur, Black Soul bzw. Reggae, White Rock und insbesondere Punk – eher auf der Basis von Sekundärdaten. Dabei knüpft er an John Clarkes Begriff des jugendkulturellen Stils als Bricolage bestehender (medialer) Objekte an, „wendet“ ihn aber an einem entscheidenden Punkt: In der Argumentation von Hebdige sind

bei der Konstitution von jugendkulturellen Stilen die von Clarke so herausgestrichenen „Stammkulturen“ bei weitem nicht so zentral, wie sein theoretischer Rahmen es vermuten lässt. Es besteht also nicht unbedingt eine homologe Beziehung zwischen den Merkmalen eines Stils und denen von Stammkulturen (beispielsweise denen der Arbeiterklasse). Ebenso begreift Hebdige Medien nicht als Stile „verwässernde“ Institutionen, sondern als grundlegende Kristallisationspunkte für die Konstitution heutiger Jugendkultur. Dies macht Hebdige am Beispiel des Punks deutlich, der nach seiner Argumentation – wie auch Angela McRobbie in ihrer zusammenfassenden Darstellung der Studien der Cultural Studies zu Subkultur zeigt (vgl. McRobbie 1982: 213) – erst durch die Medienberichterstattung entstand, indem er eine Antwort auf schon vorhandene Andeutungen von Panik und Krise in den Medien ist.

Mit dieser Loslösung von einer klassentheoretisch orientierten Analyse von Jugendkultur zugunsten eines an poststrukturalistischen Überlegungen orientierten Begriffsrahmens, bei dem strikt der Stil als ästhetische Kategorie im Mittelpunkt der Analyse rückt, kann *Subculture* als Grundlage für Hebdiges spätere Vorstellung der *Politik des Vergnügens* gelten, die er in *Hiding in the Light* (Hebdige 1988) entwickelt (für eine deutsche Übersetzung des ersten Kapitels des Buchs vgl. Hebdige 1985). Auch wenn *Hiding in the Light*, wie Dick Hebdige selbst schreibt, eher in Einzelaufnahmen von Jugend- und Populärkulturen zerfällt und so am Besten wie das „Tagebuch eines Reisenden“ (Hebdige 1988: 8) zu lesen ist – trotz solcher mit der Unabgeschlossenheit von Bedeutungskonstitution spielenden Feststellungen lässt sich doch mit dem Begriff der „Politik des Vergnügens“ ein klarer argumentativer Kern des Buchs festmachen. Diesen fasst Hebdige wie folgt:

„Ich möchte die strikte Trennung von ‚politischen‘ und ‚kommerziellen‘ Erscheinungsformen der Jugendkultur, die Unterscheidung zwischen Jugendmarkt und Jugendproblem, zwischen Lust und Frust des Jugendalters hinterfragen. [...] Ich möchte die Trennung von Politik und Spaßhaben, von Werbung und Dokumentarismus angreifen und für eine neue Auffassung plädieren: die Politik des Vergnügens.“ (Hebdige 1985: 189f.)

Um die politische Dimension von Konsum und Vergnügen Jugendlicher zu erklären, setzt Dick Hebdige beim gesellschaftlichen Umgang mit „norm-abweichenden“ Jugendlichen im 19. Jahrhundert an. Er macht dabei einen wechselseitigen Mechanismus der Überwachung von Jugendlichen und deren eigenes Zur-Schau-Stellen aus. So begann mit dem sozialpolitischen Interesse für die „Jugendfrage“ – d.h. der Auseinandersetzung mit den „verwahrlosten und unzivilisierten Kindern der Arbeiterklasse“, die in den Slums der englischen Industriestädte des 19. Jahrhunderts lebten – eine Überwachung derselben: Es wurden Foto-Archive der Jugendlichen angelegt, die sowohl einer beobachtenden Berichterstattung

über deren Lage dienten, als auch der systematischen Erfassung potenzieller Straftäter. Hebdige sieht hier Voyeurismus ebenso wie soziale Kontrollversuche am Werk. Eine Verschiebung, wenn auch nicht ein Wandel der grundlegenden Beobachtungsstruktur, fand in den 1950er und 1960er Jahren statt, als mit dem steigenden Wohlstand in Großbritannien „aus der Problemjugend [...] die Lebejugend“ wurde (Hebdige 1985: 195). Mit einer zunehmenden Orientierung der Jugendkulturen auf den Konsum von Kulturwaren ging es nicht mehr darum, entweder „Ärgernis zu sein“ oder „Spaß zu haben“, sondern darum, „Ärger-zu-bereiten-um-Spaß-zu-haben“. Hierfür standen die verschiedenen neu aufkommenden Jugendkulturen wie Mods, Teddy-Boys, später aber auch Punks. Diese Neuorientierung erklärt auch, warum es nach Hebdige bei den „Jugend-Krawallen“ 1981 in England nicht um einen Kampf für das Recht auf Arbeit ging – für das kein Punk eintritt, der mit seinem Irokesen-Schnitt und den Tätowierungen in seinen Körper für jeden Arbeitgeber ersichtlich das Desinteresse an Arbeit eingeschrieben hat –, sondern um ein Recht auf Konsum: Randaliiert wurde nicht in Rathäusern und Arbeitsämtern, sondern HiFi-Geschäfte und Plattenläden wurden geplündert. Die Jugendkulturen haben in dieser Situation eine neue „Politik der Jugend“ entwickelt, die Subpolitik des Vergnügens, die gerade mit der Überwachung von Jugend(sub)kulturen spielt:

„Subkulturen werden ständig überwacht und entziehen sich gleichzeitig jeder Kontrolle. Aus der Last der argwöhnischen Blicke haben sie die Lust entwickelt, Blickfang zu sein. Sie spielen Versteck im Rampenlicht. [...] Subkulturen wollen Aufmerksamkeit erregen und weigern sich zugleich, ist erst einmal diese Aufmerksamkeit erreicht, buchstabengetreu ‚gelesen‘ zu werden.“ (Hebdige 1985: 201f.)

Dieses Zitat sollte die Gemeinsamkeiten, aber auch Differenzen des Begriffs der „Politik des Vergnügens“ von Hebdige und des Begriffs der „lokalen Kulturpolitik“ von Willis deutlich machen: Ähnlich wie Paul Willis geht es auch Dick Hebdige darum, die *politische* Dimension von Jugendkulturen herauszuarbeiten, gewissermaßen ihr Widerstandspotenzial. Allerdings sieht er dieses weder in einem direkten Aufstand gegen eine hegemoniale Ordnung noch in einer direkten Homologie mit ihrer Stammkultur lokalisiert, sondern vielmehr in einer symbolischen Unabhängigkeitserklärung der Jugendlichen im jeweiligen Lebensstil. Die Jugendlichen kämpfen nicht gegen ihre „Schwäche“, vielmehr inszenieren sie sie auf eine vergnügliche Weise, die die sie umgebende Welt symbolisch negiert. Stil bricht hier Regeln durch komplexe Verschmelzungen existierender Zeichen und Bedeutungen. Hierin ist das Potenzial ihrer „Politik des Vergnügens“ zu sehen.

Damit vollzieht Hebdige eine wichtige Abwendung vom Konzept der Jugend„sub“kultur, die auch in der deutschen Jugendforschung auszuma-

chen ist (vgl. Baacke 1999; Vogelgesang 2004). In den gegenwärtigen, durch einen nachhaltigen Individualisierungsschub gekennzeichneten Gesellschaften sind jugendkulturelle Stile nicht mehr an eine Stammkultur rückgebunden, sondern sind – wie Ralf Vollbrecht argumentiert – als „Freizeitszenen“ „wähl- und abwählbare Formationen“ (Vollbrecht 1997: 23), die in fester Beziehung stehen zu Lebens- und Freizeitstilen, nicht nur von Jugendlichen (siehe hierzu z.B. die Beiträge in Hepp/Vogelgesang 2003).

In gewisser Hinsicht bleibt aber auch Dick Hebdige dem Fokus der „klassischen“ Jugendstudien der Cultural Studies treu, indem er gerade in der Betrachtung von Prozessen der spezifischen Umdeutung Fragen der (Re-)Artikulation „bestehender“ kultureller Zusammenhänge betont. Dass letztere zunehmend vor einem weitergehenden, mit der Globalisierung der Medienkommunikation differenzierten translokalen Sinnhorizont zu sehen sind, dies wird auch in seinen Studien allenfalls ansatzweise reflektiert. Für eine Auseinandersetzung mit diesem gegenwärtigen Wandel von Jugendkultur erscheint es demnach zielführend, den in den Arbeiten von Hebdige angelegten Begriffsapparat weiterzuentwickeln.

3. JUGENDKULTUREN ALS POPULÄRKULTURELLE DETERRITORIALE GEMEINSCHAFTSNETZWERKE

Wenn die Globalisierung der Medienkommunikation nachhaltig zum Wandel von Jugendkulturen beigetragen hat und beiträgt (vgl. Roth 2002: 20), stellt sich zuerst einmal die Frage, wie diese überhaupt analytisch zu fassen ist. Was genau ist unter „Globalisierung“ im Allgemeinen und „Globalisierung der Medienkommunikation“ im Speziellen zu verstehen? Geht man von aktuellen Arbeiten aus (vgl. Tomlinson 1999, Tomlinson 2002; García Canclini 2001; Castells 2001), so ist unter Globalisierung die Zunahme einer weltweiten multidimensionalen Konnektivität zu begreifen: Mit der Globalisierung haben auf verschiedenen Ebenen die weltweiten „Vernetzungen“ und „Beziehungen“ zugenommen. Entsprechend fasst „Globalisierung der Medienkommunikation“ so viel wie die Zunahme einer weltweiten kommunikativen Konnektivität (vgl. zum Folgenden Hepp 2002, Hepp 2004: 125-136). Mit der Etablierung verschiedenster elektronischer Medien wie dem Fernsehen, Radio, Telefon und zuletzt dem Computer bzw. Internet ist eine weltweite Infrastruktur entstanden, die kommunikative Kontakte über unterschiedlichste kulturelle Kontexte hinweg ermöglicht. Studien der letzten Jahre haben gezeigt, dass der kulturelle Wandel dieser Globalisierung der Medienkommunikation keine weltweite kulturelle Homogenisierung ist, sondern eine fortschreitende „kommunikative Deterritorialisierung“. Hierunter ist zu verstehen, dass mit der Globalisierung der Medienkommunikation die

scheinbar natürliche Beziehung zwischen Kultur und geografischen bzw. politischen Territorien aufweicht. Es wird zunehmend schwierig, eine spezifische kulturelle Verdichtung (wie eine „Jugendkultur“) eindeutig mit einem spezifischen Territorium in Verbindung zu bringen (bspw. als „deutsche Jugendkultur“).

Sicherlich bedeutet die Globalisierung der Medienkommunikation und die damit einher gehende Deterritorialisierung keine einfache Auflösung von „Nationalkulturen“: Diese müssen als nach wie vor Bestand habende territoriale Verdichtungen von Kultur begriffen werden. Allerdings werden sie zunehmend durchzogen von eben solchen, verschiedene Nationalkulturen übergreifenden deterritorialen kulturellen Verdichtungen. Diese können ethnisch (bspw. Diasporas), politisch (bspw. soziale Bewegungen) und kommerziell (bspw. Jugendkulturen) vermittelt sein.

Die Konzepte, mit denen kommerziell vermittelte deterritoriale Gemeinschaften gefasst werden, sind unterschiedlich. Zentral für die Diskussion ist allerdings sicherlich der Begriff des Neo-Tribalismus von Michel Maffesoli. Der Kern der Argumentation von Maffesoli ist, dass gegenwärtige kommerzialisierte Gesellschaften als komplexe Gebilde anzusehen sind, in denen auf situative Rollen ausgerichtete „affektive Stämme“ eine zentrale Bedeutung haben (vgl. Maffesoli 1996: 6). Neostämme sind nicht funktional bzw. zweckrational organisiert, sondern emotionale Gemeinschaften. In diesen steht die symbolische Beziehung der Mitglieder zueinander, die sich in quasi-kultischen Veranstaltungen manifestiert, im Mittelpunkt (vgl. Maffesoli 1996: 9f., 97; Shields 1996: xii). Diese Argumentation greift Ronald Hitzler mit seinem Konzept der posttraditionalen Gemeinschaft auf (vgl. Hitzler und Pfadenhauer 1998; Hitzler et al. 2001, 17f.). Dieses Konzept, dem von Maffesoli nicht unähnlich, versucht zu fassen, dass gerade in Kontexten fortschreitender Individualisierung verschiedene Formen der kommerzialisierten Wiedervergemeinschaftung auszumachen sind. So bestehen differente (Jugend-, Freizeit- und Konsum-)Szenen, die von einer Organisations-Elite mit Profitinteressen getragen werden und dem Individuum eine soziale Einbindung ermöglichen. Posttraditional ist die Gemeinschaft dieser Kollektive insofern, als sich die Zugehörigkeit zu ihr gerade nicht qua Tradition oder „Stammkultur“ ergibt, sondern durch individuelle Partizipation auf Zeit. Dabei umfasst die Zugehörigkeit zu posttraditionalen Gemeinschaften nicht die Totalität einer Person, und ihre Mitglieder werden nicht fraglos in sie hineinsozialisiert. Es handelt sich hierbei um Gemeinschaften, deren Spezifik darin zu sehen ist, dass sie in kommerziell vermittelten Stilen ein auf temporären Wahlentscheidungen basierendes, identitätsstiftendes Gemeinschaftserleben ermöglichen.

Solche Überlegungen aufgreifend kann man davon sprechen, dass mit der Globalisierung im Allgemeinen und der Globalisierung der Medienkommunikation im Speziellen kommerziell vermittelte, deterritoriale Gemeinschaftsnetzwerke auszumachen sind, die sich zu hoch relevanten

Identitätsressourcen entwickelt haben. Diese Relevanz haben sie nicht nur für ihre Mitglieder bzw. ihre Organisationselite im engeren Sinne, sondern auch für weitere Leute, indem sie als identitätsstiftende Vergemeinschaftungen lokal in Abgrenzung zu anderen sichtbar werden. So bieten sie jederzeit für den „symbolischen Touristen“ die Möglichkeit, Aspekte ihres Identitätsangebots in die eigene Identitätsartikulation zu integrieren. Indem solche Gemeinschaften auf verschiedene Aspekte der kommerzialisierten Populärkultur verweisen, erscheint es stichhaltig, sie als „populärkulturelle Gemeinschaften“ zu bezeichnen. Populärkulturelle Gemeinschaften sind demnach Netzwerke von (Wieder-)Vergemeinschaftungen, deren Zugehörigkeit nicht qua Tradition, sondern kommerziell bestimmt wird, die aber durchaus Rückbezüge auf traditionelle Vergemeinschaftungen in sich integrieren können. Dabei konstituieren sich populärkulturelle Gemeinschaften in einem Spannungsverhältnis zwischen lokalen Gruppen einerseits und deren translokalem Sinnhorizont andererseits. So haben sie ihren Kern im jeweils gelebten Lokalen, der darüber hinausgehende translokale Sinnhorizont, der im Fluchtpunkt bis zum Globalen reichen kann, wird durch konnektierende soziale Veranstaltungen wie Events sowie durch mediale Konnektivitäten vermittelt. Hierbei werden Medien in einem doppelten Sinne genutzt, nämlich zum einen zur translokalen Kommunikation zwischen den Mitgliedern populärkultureller Gemeinschaften, insbesondere ihrer organisatorischen Elite. Zum anderen sind kommerzielle mediale Repräsentationen die zentralen symbolischen Ressourcen der populärkulturellen Gemeinschaften. Auffallend ist an dieser Stelle, inwieweit gerade bei Jugendkulturen als einer Form dieser populärkulturellen Gemeinschaften der Gegensatz zwischen medienvermitteltem, translokalem Sinnhorizont einerseits und lokaler Konstitution andererseits greifbar wird (vgl. bereits Vogelgesang 1994). Auf der einen Seite konstituieren sich die verschiedenen Jugendkulturen über lokale Gruppen mit ihren typischen Treffpunkten und sozialen Veranstaltungen. Auf der anderen Seite verweisen genau diese lokalen Gruppen auf einen umfassend deterritorialisierten translokalen Sinnhorizont, der durch die Medien und ihre Repräsentationen getragen und von der Organisationselite der jeweiligen Jugendkultur stabilisiert wird. Genau dieses Wechselverhältnis im Blick zu haben, erscheint für eine Jugendkulturforschung in Zeiten der Globalisierung der Medienkommunikation zentral.

Dies macht unter den verschiedensten Jugendkulturen insbesondere der HipHop als „global youth movement of considerable significance“ (Gilroy 1993: 33) deutlich. Folgt man der üblichen Genealogie dieser Jugendkultur, so sind die Ursprünge des HipHop im New York der 1970er Jahre zu sehen: Eingeleitet durch eine verfehlte Sozialpolitik und durch in städteplanerischer Willkür begründete Umsiedlungen, entwickelte sich der New Yorker Stadtteil Bronx zu einem durch soziale Ausweglosigkeit geprägten Viertel, in dem sich nordamerikanische Schwarze, Jamaikaner,

Puerto-Ricaner und Volksgruppen aus der Karibik bzw. anderen postkolonialen Zusammenhängen zu sammeln begannen (vgl. Rose 1997: 149). Weitgehend sich selbst überlassen und über nahezu keine Berufs- und Aufstiegschancen verfügend, entstand in diesem transkulturellen Kontext ein jugendkultureller Stil, in dessen Zentrum die kulturellen Formen des Graffiti, Breakdance und Rap stehen. Hierbei flossen verschiedene Stilelemente amerikanischer schwarzer Kultur, aber auch anderer postkolonialer Kulturen wie der Jamaikas ein. Kommerzialisiert war HipHop von Beginn an, indem seine primären Träger, seine entstehende Organisationselite, auch daran interessiert waren, sich mit ihrer Arbeit finanzielle Vergütung und sozialen Aufstieg in einer schwierigen Umgebung zu sichern. Insbesondere aber war HipHop ein Mittel zum Statuserwerb von Jugendlichen und jungen Erwachsenen, das die Möglichkeit einer auf eine alternative lokale Gemeinschaft – die „Crew“ oder „Posse“ – bezogene Identitätsartikulation bot (vgl. Rose 1997: 149).

Indem die Ausdrucksformen des HipHop mit Rap und Breakdance bereits anfangs umfassend im Sinne von Friedrich Krotz (2001) mediatisiert waren, verwundert es kaum, dass sich dieser jugendkulturelle Stil zuerst über alternative Kanäle, relativ schnell aber auch über den Musiksender MTV, in verschiedene Regionen der Welt verbreitete (vgl. Diedrichsen 2001: 107). Dabei wurde HipHop als jugendkultureller Stil einerseits von global agierenden Konzernen aufgegriffen und vermarktet, wodurch seine medialen Repräsentationen zunehmend deterritorial zugänglich wurden. Andererseits blieb die lokale Gruppe Bezugspunkt für die Jugendkultur: Das durch solche medialen Repräsentationen konnectierte Netzwerk der verschiedenen „Crews“ und „Posses“ etablierte sich als deterritorialisierte vorgestellte Gemeinschaft, die Bezugspunkt für immer weiter gehende lokale Vergemeinschaftungen und dort ablaufende Aneignungsprozesse wurde. Was sich am Beispiel des HipHop deutlich zeigen lässt, ist entsprechend das Paradox, dass sich hier durch Medien getragen ein translokales populärkulturelles Netzwerk einer vorgestellten Gemeinschaft bildet, in dessen Zentrum im Allgemeinen in hohem Maße lokal rückbezogene Gruppen stehen.

Plastischer wird dies, wenn man der bisher primär skizzierten New Yorker Form des HipHops andere gegenüberstellt. Andy Bennett beispielsweise hat die HipHop-Kultur in Frankfurt am Main untersucht und dabei einen umfassenden Prozess der kulturellen Lokalisierung beschrieben. HipHop kam in den 1980er und 1990er Jahren vermittelt über kommerzielle Medien auch nach Frankfurt, nämlich neben (amerikanischen) Radiostationen insbesondere durch MTV Europe (vgl. Bennett 1999: 79; dt. Bennett 2003). Der zunächst einmal im afro-amerikanischen Kontext stehende jugendkulturelle Stil wurde innerhalb von Frankfurt schnell von verschiedenen Jugendgruppen aufgegriffen und dabei in einer Art und Weise angeeignet, die eine lokal rückbezogene Identitätsartikulation möglich macht. So wurde der Rap einerseits von

deutschen Musikern ausländischer Herkunft zu eigen gemacht, die diesen Stil mit deutschsprachigen Texten kombinierten und als Mittel einer medienvermittelten Identitätsartikulation von „Nicht-deutsch-aussehenden-Deutschen“ verwendeten. Gleichzeitig wurde der HipHop zu einer wichtigen Ressource der Identitätsartikulation von türkischen Migranten-Jugendlichen, die ihn mit Elementen türkischer Musik und türkischen Rhythmus kombinierten – genau zum gegenteiligen Zweck, nämlich um eine vom Deutsch-Sein abweichende, ethnisch-jugendkulturelle Identität zu artikulieren (vgl. Bennett 1999: 84f.). Neben diesen beiden auf unterschiedliche Weise durch einen Minderheitenstatus geprägten Lokalisierungen des HipHop ist eine weiter gehende populärkulturelle Aneignung auszumachen (vgl. dazu auch Diederichsen 2001: 109). So finden sich auch wirtschaftlich gut gestellte Musiker in der deutschsprachigen Jugendkultur des HipHop, die die ursprünglichen „schwarzen“ Stil- und Darstellungsmuster in einen neuen Bedeutungskontext mitteleuropäischer urbaner Jugendkultur transferieren, wofür Musikgruppen wie die „Fantastischen Vier“ oder „Freundeskreis“ stehen. Gerade indem hier eine Aneignung statt findet, bei der die historischen Bedeutungsgefüge und auch der politische Anspruch des HipHop, nämlich die Kritik sozialer Verhältnisse, in den Hintergrund treten (vgl. Blümner 1999: 261f.), wurde HipHop in diesen Kontexten eine breit anschlussfähige Ressource von gemeinschaftsbezogener Identitätsartikulation. Dieses Muster der Lokalisierung von Jugendkultur ist nicht nur auf Europa und Nordamerika beschränkt zu sehen, sondern auch in anderen Regionen der Welt auszumachen. Speziell für HipHop kann man auf Afrika und hier insbesondere Südafrika mit den dortigen Adaptionen verweisen (vgl. dazu bspw. Barker 2002: 392).

Bemerkenswert erscheint also nicht nur, dass sich die vorgestellte Gemeinschaft von Jugendkulturen in verschiedensten Regionen der Welt in lokalen Gruppen konstituiert. Bemerkenswert erscheint darüber hinaus, dass sich Jugendkultur „als Muster“ der populärkulturellen Vergemeinschaftung in verschiedensten Regionen der Welt etabliert. Welche Prozesse dabei ineinander greifen, hat Mark Liechty in Bezug auf Nepal untersucht. Jugendkultur, wie man sie mit diesem Begriff verbindet, entstand in Nepal erst in den 1980er und 1990er Jahren in einem doppelt umkämpften Prozess (vgl. Liechty 1995: 191): Auf der einen Seite entwickelten in der Hauptstadt Katmandu lokale Geschäftsleute ein kommerzielles Interesse an dieser potenziellen Käufergruppe, weswegen sie Vorstellungen „westlicher“ Jugendkultur in Jugendmagazinen zu adaptieren begannen. Auf der anderen Seite entstand mit der „Modernisierung“ der nepalesischen Gesellschaft und der Etablierung einer entsprechenden Schulausbildung eine biografische Phase „zwischen“ Kindheit und Erwachsenensein. Die Bedeutung, die die einzelnen „Jugendlichen“ ihr zuzusprechen begannen, wurde umfassend mit Identitätsangeboten aus „westlichen“, insbesondere aber indischen Medien gefüllt. Trotz aller

Differenzen teilen diese verschiedenen Identitätsangebote das Modell einer auf kommerziell vermittelten Ressourcen basierenden, jugendkulturellen Identität.

In diesem neuen, „posttraditionellen Kontext“ von Identitätsartikulation sehen sich die städtischen Jugendlichen und jungen Erwachsenen in Katmandu Mitte der 1990er Jahre mit der Aufgabe einer fortschreitenden Orientierungssuche konfrontiert, in der die Peer-Gruppe eine umfassende Bedeutung gewinnt. Es ist diese lokale Gruppe, in der geteilte, neue jugendkulturelle Geschmäcker sowohl in Bezug auf Kleidung als auch in Bezug auf verschiedene andere Konsumprodukte entwickelt werden (vgl. Liechty 1995: 189f.). Auch wenn deterritorialisierte, durch Medien zugängliche Identitätsangebote die zentralen Kristallisationspunkte von Jugendkultur sind, entwickelt sich in deren Aneignungsprozess ein lokaler Referenzrahmen: Für Touristen produzierte ethnische nepalesische Kleidung wird beispielsweise in die medial vermittelten jugendkulturellen Stile ebenso integriert wie lokale Rockmusik entsteht. Hierdurch konstituiert sich eine hybride, lokal rückbezogene Jugendkultur. Das verändernde Potenzial, das diese Gemeinschaften haben, wird daran deutlich, dass die Zugehörigkeit zu ihnen über verschiedene Kasten hinweg möglich ist. Insgesamt werden für die Jugendlichen und jungen Erwachsenen so über kommerzielle mediale Repräsentationen „symbolic relationships“ (Liechty 1995: 194) zwischen dem scheinbar rückständigen Nepal und anderen Regionen der Welt hergestellt.

Dass solche Prozesse nicht nur in Städten ablaufen, sondern auch in ländlichen Regionen, wird anhand der Sherpa-Jugend in den nepalesischen Bergregionen des Himalaja deutlich. Auch hier hat „Jugendkultur“ die Jugendlichen erreicht, und dies ebenfalls über sehr spezifische kommunikative Verdichtungen, indem im Bereich Musik, Film und Fernsehen das indische Medienangebot dominiert (vgl. Luger 2002: 657). Insbesondere Musik ist für die Sherpa-Jugendlichen eine zentrale Ressource der jugendkulturellen Identitätsbildung. Sie schafft einen Raum für Gemeinschaft, für eigene Aktivitäten und Identitätsartikulationen. Aber auch in den ländlichen Regionen bleibt für die Jugendkultur spezifisch, dass sie nicht gänzlich gegen Traditionen gerichtet zu sein scheint, sondern kommerziell vermittelte jugendkulturelle Ressourcen in einem Aneignungsprozess in „neue synkretische und transkulturelle Gebilde und Lebensstile“ (Luger 2002: 665) integriert werden.

Die skizzierten Beispiele sollten deutlich gemacht haben, inwieweit Jugendkulturen als populärkulturelle Gemeinschaftsnetzwerke zunächst einmal lokal bezogene Gebilde sind: Anhand bestimmter medienvermittelter Ressourcen kristallisieren sie sich als lokale Vergemeinschaftungen. Gerade wenn hier mitunter aus gänzlich anderen kulturellen Kontexten stammende kommerzielle mediale Repräsentationen das Kristallisationsmaterial dieser lokalen Gruppen sind, geschieht die Gemeinschaftsbildung in einem umfassenden Prozess der Aneignung dieser Ressour-

cen. In der translokalen Zugänglichkeit solcher Ressourcen ist allerdings gleichzeitig der über das Lokale hinausgehende Sinnhorizont dieser Vergemeinschaftungen auszumachen. So stehen die verschiedenen lokalen Gruppen auf einer ersten Ebene durch das Vorhandensein geteilter medialer Repräsentationen in einem umfassenden konnektiven Zusammenhang. Auf einer zweiten Ebene bestehen gewissermaßen ausgehend hiervon auch direkte Konnektivitäten durch sich entwickelnde kommunikative Kontakte ihrer Mitglieder, insbesondere der Organisationselite. Über dieses Konnektivitätsnetzwerk konstituiert sich die Jugendkultur als Netzwerk vorgestellter populärkultureller Gemeinschaft in seiner Gesamtheit. Man kann also von einer Stufung populärkultureller Gemeinschaftsnetzwerke ausgehen: Im Zentrum steht die lokale Gruppe und die in ihr stattfindende lokalisierende Aneignung medialer Ressourcen. Der Sinnhorizont dieser Gruppen ergibt sich jedoch auf einer weiteren Stufe durch das sich in einem Netzwerk geteilter medialer Konnektivitäten konstituierende Gesamt der jeweiligen vorgestellten populärkulturellen Gemeinschaft. Vermittelt über komplexe Aneignungsprozesse ist damit ein deterritoriales Gefüge identitätsstiftender Gemeinschaften entstanden, deren translokale Sinnhorizonte medial vermittelt sind.

4. TRANSKULTURELLE KOMMUNIKATION UND MULTIPERSPEKTIVISCHE KRITIK ALS PERSPEKTIVEN GEGENWÄRTIGER JUGENDKULTURFORSCHUNG

In meiner bisherigen Argumentation habe ich versucht deutlich zu machen, dass Jugendkulturen als populärkulturelle Gemeinschaften gegenwärtig im Gefüge zunehmender Konnektivitäten der Globalisierung der Medienkommunikation gesehen werden müssen. Dies heißt nicht, dass eine Auseinandersetzung mit Jugendkulturen an dem Umstand vorbeikäme, dass sich diese insbesondere in lokalen Gruppen artikulieren. Allerdings verweisen diese lokalen Gruppen auf einen medienvermittelten Sinnhorizont, der zumindest in seinem Fluchtpunkt zum Globalen reichen kann. Vor diesem Hintergrund erscheinen mir zwei Perspektiven für eine zukünftige Auseinandersetzung mit Jugendkulturen zentral. Erstens geht es meines Erachtens darum, Jugendkulturforschung in wesentlich stärkerem Maße als bisher in eine transkulturelle Medienforschung einzubinden. Zweitens sollten hierbei gegenwärtige Jugendkulturen in ihrem emanzipatorischen Potenzial durchaus auch kritisch gesehen werden, jedoch bedarf dies einer differenzierten Form multiperspektivischer Kritik, die über eine vereinfachende – und letztlich in einem nur oberflächlichen Verständnis der klassischen Jugendstudien der Cultural Studies begründete – Gleichsetzung von Jugendkultur und Widerstand hinaus geht.

Es sind diese beiden Punkte, auf die ich in meinem Beitrag abschließend eingehen möchte.

Transkulturalität kann als ein Ansatzpunkt der gegenwärtigen Medienforschung begriffen werden, der sich im Hinblick auf die fortschreitende Globalisierung der Medienkommunikation mit der medienvermittelten Konstitution kultureller Verdichtungen jenseits territorial bezogener Kulturen wie Nationalkulturen auseinandersetzt (vgl. Hepp 2004: 103-124). Es geht hier also nicht wie in der internationalen und interkulturellen Kommunikation um einen Vergleich nationaler Medienkulturen. Vielmehr wird im Blickwinkel der „transkulturellen Kommunikation“ davon ausgegangen, dass mit der Globalisierung von Medienkommunikation neben solchen territorial bezogenen Kulturen deterritoriale Prozesse kultureller Verdichtung an Relevanz gewonnen haben. Diese gilt es in einer transkulturellen Medienforschung zu fokussieren. Genau an diesem Punkt trifft sich die transkulturelle Medienforschung mit der auf aktuellen Wandel fokussierten Jugendkulturforschung: Wie die bisherige Diskussion des Wandels von Jugendkulturen deutlich gemacht hat, sind diese zunehmend als deterritoriale Vergemeinschaftungsnetzwerke zu verstehen. Geht man dabei davon aus, dass gegenwärtige Jugendkulturen sich insbesondere in Bezug auf Medien kristallisieren, so macht dies deutlich, in welchem Maße es notwendig ist, die Auseinandersetzung mit gegenwärtigen Jugendkulturen an die wissenschaftliche Beschäftigung mit transkultureller Kommunikation rückzubinden.

Ein Aufgreifen der transkulturellen Medienforschung in der gegenwärtigen Jugendkulturforschung erscheint aber nicht nur aus diesen gegenstandsbezogenen Gründen nahe liegend. Vielmehr kann die transkulturelle Kommunikation auch als jener Bereich begriffen werden, in dem die Cultural Studies in den letzten Jahren ihre profiliertesten Weiterentwicklungen erfahren haben. Dies trifft nicht nur auf theoretische Arbeiten wie beispielsweise David Morleys *Home Territories* zu (vgl. Morley 2000). Die Auseinandersetzung mit Prozessen transkultureller Kommunikation ist auch jener Bereich, in dem die interessantesten empirischen Studien der Cultural Studies der letzten Jahre entstanden sind (vgl. exemplarisch für andere Gillespie 2002). Ein stärkeres Aufgreifen der transkulturellen Medienforschung würde es der Jugendkulturforschung gerade in Zeiten der Globalisierung der Medienkommunikation gestatten, auf produktive und gegenstandsbezogene Weise an weitere Ebenen des gegenwärtigen Diskurses der internationalen Cultural Studies anzuknüpfen.

Hiermit in Beziehung steht auch die zweite Perspektive, die mir im Hinblick auf die Globalisierung der Medienkommunikation für eine Jugendkulturforschung zentral erscheint, nämlich die der „multiperspektivischen Kritik“ (vgl. Hepp und Winter 2003: 21f.). So verwies bereits Richard Johnson auf die notwendige „Offenheit und theoretische Vielseitigkeit“ von Kritik, „also nicht bloßen Kritizismus oder Polemik, sondern Verfahrensweisen, die andere Traditionen auf ihren positiven Gehalt wie

auf ihre Beschränkungen hin untersuchen“ (Johnson 1999: 140). Diese offene Form von Kritik prägt gerade aktuelle Arbeiten der internationalen Cultural Studies im Feld der transkulturellen Kommunikation, die sich hier deutlich von der teilweise eindimensional-ökonomistischen Kritik der Frankfurter Schule und ihrer Nachfolger absetzen. Dabei bestreiten Vertreterinnen und Vertreter der Cultural Studies keineswegs die Notwendigkeit einer Kritik problematischer Besitzverhältnisse, was etwa Arbeiten zur Verbreitung des globalen Kapitalismus deutlich machen (vgl. Ang 1996; 1999 und 2003). Vielmehr geht es darum zu zeigen, dass in der gegenwärtig zunehmend komplexeren und widersprüchlicheren Welt Kritik nicht mehr eindimensional auf Besitzverhältnisse reduziert werden sollte, weil dann viele andere und ebenfalls maßgebliche Ursachen für Ungleichheiten wie etwa Rasse, soziale Lage oder Geschlecht unberücksichtigt blieben. Ziel sollte also eine Differenzierung und Erweiterung der Basis von Kritik sein, die die Beschneidung alltäglicher Handlungsmöglichkeiten und Handlungsfähigkeiten von Menschen in den Mittelpunkt rückt.

Konkretisiert auf eine kritische Jugendkulturforchung bedeutet dies, dass es – in falsch fortgeführtem Verständnis der „klassischen“ Jugendstudien der Cultural Studies – kaum mehr darum gehen kann, einzelne Jugendkulturen „als solche“ im Hinblick auf einen widerständig-produktiven oder Hegemonie stabilisierenden Charakter zu untersuchen. Dieser Fokus würde der Komplexität gegenwärtiger Jugendkulturen als deterritorialen Vergemeinschaftungsnetzwerken nicht hinreichend gerecht werden. Wie das Beispiel des HipHop gezeigt hat, erscheint es vielmehr notwendig, *im Detail und der jeweiligen spezifischen (lokalen) Kontextualisierung* das widerständige, produktive oder auch affirmative Potenzial einer Jugendkultur zu hinterfragen. Während HipHop beispielsweise gerade in seiner von Beginn an auszumachenden Kommerzialisierung deshalb ein produktives Potenzial bot, weil er hierdurch seiner frühen Organisationselite Möglichkeiten des Ausbruchs aus dem Ghetto eröffnete, mag HipHop in anderen gegenwärtigen Formen wiederum durch diese Kommerzialisierung problematisch erscheinen, wenn beispielsweise Frauen von erfolgreichen HipHop-Stars als reine Konsum- und Lustobjekte inszeniert werden, was auch bei ironischen Brechungen im Einzelfall durchaus sexistische Züge tragen und bezogen auf Gender bestehende Hegemonieverhältnisse stabilisieren helfen kann.

Die Spezifik von deterritorialen populärkulturellen Gemeinschaftsnetzwerken wie Jugendkulturen ist also darin zu sehen, dass sie auf vielfältige und in sich widersprüchliche Weisen in Prozesse soziokultureller Auseinandersetzungen eingebunden sind. Sie können keinesfalls über verschiedenste Kontexte hinweg als emanzipatorisch, widerständig oder auch affirmativ begriffen werden. Welche Momente in einer Jugendkultur jeweils wann und wo in den Vordergrund treten, dies gilt es entsprechend als Basis einer multiperspektivischen Kritik jeweils empirisch zu

untersuchen. Und gerade aus diesem Grund erscheint es so zentral, Jugendkulturforschung in Zeiten der Globalisierung von Medienkommunikation in wesentlich stärkerem Maße als bisher an eine wissenschaftliche Auseinandersetzung mit Prozessen transkultureller Kommunikation anzubinden. Dann wird es möglich, neue Banalitäten des „Feierns von Kulturschutt“ zu vermeiden.

LITERATUR

- Ang, Ien (1996): *Living Room Wars. Rethinking Media Audiences for a Postmodern World*. London und New York: Routledge.
- Ang, Ien (1999): Radikaler Kontextualismus und Ethnographie in der Rezeptionsforschung. In: Hepp, Andreas; Winter, Rainer (Hg.) (21999): *Kultur – Medien – Macht. Cultural Studies und Medienanalyse*. Opladen und Wiesbaden: Westdeutscher, 85-102.
- Ang, Ien (2003): Im Reich der Ungewissheit. Das globale Dorf und die kapitalistische Postmoderne. In: Hepp, Andreas; Winter, Carsten (Hg.) (2003): *Die Cultural Studies Kontroverse*, Lüneburg: Zu Klampen, 84-110.
- Baacke, Dieter (31999): *Jugend und Jugendkulturen. Darstellung und Deutung*. Weinheim und München: Juventa.
- Barker, Chris (2002): Fernsehen im Zeitalter der Globalisierung. In: Hepp, Andreas; Löffelholz, Martin (Hg.): *Grundlagentexte zur transkulturellen Kommunikation*. Konstanz: UVK.
- Beck, Ulrich (1993): *Die Erfindung des Politischen. Zu einer Theorie reflexiver Modernisierung*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Bennett, Andy (1999): Hip hop am Main: The Localization of Rap Music and Hip hop Culture. In: *Media, Culture & Society* 21,77-91.
- Bennett, Andy (2003): HipHop am Main: Die Lokalisierung von Rap Musik und HipHop-Kultur. In: Androutsopoulos, Jannis (Hg.): *Hip-Hop. Globale Kultur lokale Praktiken*, Bielefeld: transcript, 26-42.
- Blümner, Heike (1999): *Street Credibility. HipHop und Rap*. In: Kemper, Peter; Langhoff, Thomas; Sonnenschein, Ulrich (Hg.): *Alles so schön bunt hier. Die Geschichte der Popkultur von den fünfzigern bis heute*. Stuttgart: Reclam, 254 265.
- Castells, Manuel (2001): *Der Aufstieg der Netzwerkgesellschaft. Teil 1 der Trilogie Das Informationszeitalter*. Opladen: Leske + Budrich.
- Clarke, John (1979): Stil. In: Clarke, John; Cohen, Phil; Corrigan, Paul; Garber, Jenny; Hall, Stuart; Hebdige, Dick; Jefferson, Tony; McCron, Robin; McRobbie, Angela; Murdock, Graham; Parker, Howard; Roberts, Brian (Hg.): *Jugendkultur als Widerstand. Milieus, Rituale, Provokationen*, Frankfurt/Main: Syndikat, 133-157.
- Clarke, John et al. (Hg.) (1979): *Jugendkultur als Widerstand. Milieus, Rituale, Provokationen*. Frankfurt a.M.: Syndikat.

- Clarke, John; Hall, Stuart; Jefferson, Tony; Roberts, Brian (1979): Subkulturen, Kulturen und Klasse. In: Clarke, John; Cohen, Phil; Corrigan, Paul; Garber, Jenny; Hall, Stuart; Hebdige, Dick; Jefferson, Tony; McCron, Robin; McRobbie, Angela; Murdock, Graham; Parker, Howard; Roberts, Brian (Hg.): *Jugendkultur als Widerstand*. Milieus, Rituale, Provokationen, Frankfurt/Main: Syndikat, 39-131.
- Diederichsen, Diedrich (2001): HipHop – eine deutsche Erfolgsgeschichte. In: Wagner, Bernd (Hg.): *Kulturelle Globalisierung. Zwischen Weltkultur und kultureller Fragmentierung*, Essen: Klartext, 106-112.
- García Canclini, Néstor (2001): *Consumers and Citizens. Globalization and Multicultural Conflicts*. Minneapolis und London: University of Minnesota Press.
- Gillespie, Marie (2002): Transnationale Kommunikation und die Kulturpolitik in der südasiatischen Diaspora. In: Hepp, Andreas; Löffelholz, Martin (Hg.): *Grundlagentexte zur Transkulturellen Kommunikation*. Konstanz: UVK (UTB), 617-643.
- Gilroy, Paul (1993): *The Black Atlantic. Modernity and Double Consciousness*. London und New York: Verso.
- Hall, Stuart; Jefferson, Tony (Hg.) (1976): *Resistance through Rituals. Youth Subcultures in Post-War Britain*. London: Hutchinson.
- Hebdige, Dick (1983): Subculture – Die Bedeutung von Stil. In: Diederichsen, Diedrich (Hg.): *Schocker. Stile und Moden der Subkultur*, Reinbek: Rowohlt, 7-120.
- Hebdige, Dick (1985): Versteckspiel im Rampenlicht. In: Lindner, Rolf; Wiebe, Hans Hermann (Hg.): *Verborgene im Licht. Neues zur Jugendfrage*. Frankfurt/Main: Syndikat, 186-204.
- Hebdige, Dick (1988): *Hiding in the Light*. London und New York: Routledge.
- Hepp, Andreas (2002): Die Globalisierung von Medienkommunikation: Translokalisierung jenseits von faktischer Basis und virtuellem Raum. In: Baum, Achim; Schmidt, Siegfried J. (Hg.): *Fakten und Fiktionen*. Konstanz: UVK, 451-465.
- Hepp, Andreas (2004): *Cultural Studies und Medienanalyse. Eine Einführung*. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.
- Hepp, Andreas (2004): *Netzwerke der Medien. Medienkulturen und Globalisierung*. Wiesbaden: VS.
- Hepp, Andreas; Vogelgesang, Waldemar (Hg.) (2003): *Populäre Events: Medienevents, Spielevents und Spaßevents*. Opladen: Leske + Budrich.
- Hepp, Andreas; Winter, Carsten (2003): *Cultural Studies als Projekt: Kontroversen und Diskussionsfelder*. In: Hepp, Andreas; Winter, Carsten (Hg.): *Die Cultural Studies Kontroverse*. Lüneburg: Zu Klampen, 9-32.
- Hitzler, Ronald; Bucher, Thomas; Niederbacher, Arne (Hg.) (2001): *Leben in Szenen. Formen jugendlicher Vergemeinschaftung heute*. Opladen: Leske + Budrich.

- Hitzler, Ronald; Pfadenhauer, Michaela (1998): Eine posttraditionale Gemeinschaft. Integration und Distinktion in der Techno-Szene. In: Hillebrandt, Frank; Kneer, Georg; Kraemer, Klaus (Hg.): Verlust der Sicherheit? Lebensstile zwischen Multioptionalität und Knappheit. Opladen: Westdeutscher, 83-102.
- Johnson, Richard (1986): What is Cultural Studies Anyway? In: *Social Text* 16, 38-80.
- Johnson, Richard (1999): Was sind eigentlich Cultural Studies? In: Bromley, Roger; Göttlich, Udo; Winter, Carsten (Hg.): *Cultural Studies. Grundlagentexte zur Einführung*. Lüneburg: Zu Klampen, 139-188.
- Krotz, Friedrich (2001): Die Mediatisierung kommunikativen Handelns. Der Wandel von Alltag und sozialen Beziehungen, Kultur und Gesellschaft durch die Medien. Opladen: Westdeutscher.
- Liechty, Mark (1995): Media, Markets and Modernization. Youth Identities and the Experience of Modernity in Kathmandu, Nepal. In: Amit-Talai, Vered; Wulff, Helena (Hg.): *Youth Cultures. A Cross-Cultural Perspective*, London and New York: Routledge, 166-201.
- Lindner, Rolf (1985): Apropos Stil. Einige Anmerkungen zu einem Trend und seine Folgen. In: Lindner, Rolf; Wiebe, Hans-Hermann (Hg.): *Verborgen im Licht. Neues zur Jugendfrage*. Frankfurt/Main: Syndikat, 206-218.
- Luger, Kurt (2002): Alpenrap und Cybersherpas. Kulturelle Modernisierung in peripheren Bergregionen der Alpen und des Himalaya. In: Hepp, Andreas; Löffelholz, Martin (Hg.): *Grundlagentexte zur transkulturellen Kommunikation*. Konstanz: UVK (UTB), 667-695.
- Maffesoli, Michel (1996): *The Time of the Tribes. The Decline of Individualism on Mass Society*. London, Thousand Oaks und New Delhi: Sage.
- McRobbie, Angela (1982): Abrechnung mit dem Mythos Subkultur. Eine femisitische Kritik. In: McRobbie, Angela; Savier, Monika (Hg.): *Autonomie – Aber wie! Mädchen, Alltag, Abenteuer*. München: Frauenoffensive, 205-226.
- McRobbie, Angela (1994): *Postmodernism and Popular Culture*. London und New York: Routledge.
- McRobbie, Angela; Savier, Monika (Hg.) (1982): *Autonomie – Aber wie! Mädchen, Alltag, Abenteuer*. München: Frauenoffensive.
- Morley, David (2000): *Home Territories. Media, Mobility and Identity*. London und New York: Routledge.
- Morley, David (2003): Die „sogenannten Cultural Studies“. In: Hepp, Andreas; Winter, Carsten (Hg.): *Die Cultural Studies Kontroverse*. Lüneburg: zu Klampen, 111-136.
- Morris, Meaghan (1990): Banality in Cultural Studies. In: Mellencamp, Patricia (Hg.): *Logics of Television. Essays in Cultural Criticism*. Bloomington: Indiana University Press, 14-43.

- Morris, Meaghan (2003): Das Banale in den Cultural Studies. In: Hepp, Andreas; Winter, Carsten (Hg.): Die Cultural Studies Kontroverse. Lüneburg: Zu Klampen, 51-83.
- Rose, Tricia (1997): Ein Stil, mit dem keiner klar kommt. HipHop in der postindustriellen Stadt. In: SPOKK (Hg.): Kursbuch Jugendkultur. Stile, Szenen und Identitäten vor der Jahrtausendwende. Mannheim: Bollmann, 142-156.
- Roth, Roland (2002): Globalisierungsprozesse und Jugendkulturen. In: Aus Politik und Zeitgeschichte. B5/2002, 20-27.
- Shields, Rob (1996): Foreword: Masses or Tribes? In: Maffesoli, Michel (Hg.): The Time of the Tribes. The Decline of Individualism on Mass Society. London, Thousand Oaks und New Delhi: Sage, IX-XII.
- Tomlinson, John (1999): Globalization and Culture. Cambridge und Oxford: Polity Press.
- Tomlinson, John (2002): Internationalisierung, Globalisierung und kultureller Imperialismus. In: Hepp, Andreas; Löffelholz, Martin (Hg.): Grundlagentexte zur transkulturellen Kommunikation. Konstanz: UVK (UTB), 140-163.
- Vogelgesang, Waldemar (1994): Jugend- und Medienkulturen. Ein Beitrag zur Ethnographie medienvermittelter Jugendwelten. In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie 46, 464-491.
- Vogelgesang, Waldemar (2004): Jugend – Medien – Kultur. Eine Forschungsbilanz. Wiesbaden: VS.
- Vollbrecht, Ralf (1997): Von Subkulturen zu Lebensstilen. Jugendkulturen im Wandel. In: SPOKK (Hg.): Kursbuch Jugendkultur. Stile, Szenen und Identitäten vor der Jahrtausendwende. Mannheim: Bollmann, 22-31.
- Willis, Paul (1979): Spaß am Widerstand. Frankfurt/Main: Syndikat.
- Willis, Paul (1981): Profane Culture. Rocker, Hippies: Subversive Stile der Jugendkultur. Frankfurt/Main: Syndikat.