

LiThes

Zeitschrift für
Literatur- und
Theatersoziologie

Herausgegeben von Beatrix Müller-Kampel und Marion Linhardt



NUMMER 13 (März 2016)

Mode – Geschmack – Distinktion I

**Kulturgeschichtliche und kultursoziologische
Perspektiven**

Medieninhaber und Verleger

LiTheS. Ein Forschungs-, Dokumentations- und Lehrschwerpunkt
am Institut für Germanistik der Universität Graz
Leitung: Beatrix Müller-Kampel

Herausgeberinnen und Lektorat

Ao. Univ.-Prof. Dr. Beatrix Müller-Kampel
Institut für Germanistik der Universität Graz
Mozartgasse 8 / P, 8010 Graz
Tel.: ++43 / (0)316 / 380-2453
E-Mail: beatrix.mueller-kampel@uni-graz.at
Fax: ++43 / (0)316 / 380-9761

Prof. Dr. Marion Linhardt
Universität Bayreuth
Sprach- und Literaturwissenschaftliche Fakultät, Gebäude GW I
Universitätsstraße 30, 95447 Bayreuth
E-Mail: marion.linhardt@uni-bayreuth.de

Umschlagbild

Ausschnitte aus: istockphoto © tysonsugihara

Gestaltung und Satz

mp – design und text / Dr. Margarete Payer
Gartengasse 13, 8010 Graz
Tel.: ++43 / (0) 664 / 32 23 790
E-Mail: margarete.payer@mac.com

© Copyright

»LiTheS. Zeitschrift für Literatur- und Theatersoziologie« erscheint halbjährlich im Internet unter der Adresse »<http://lithes.uni-graz.at/lithes/>«. Ansicht, Download und Ausdruck sind kostenlos. Namentlich gezeichnete Beiträge geben immer die Meinung des Autors oder der Autorin wieder und müssen nicht mit jener der Herausgeberinnen identisch sein. Wenn nicht anders vermerkt, verbleibt das Urheberrecht bei den einzelnen Beiträgern.

Editorische Notiz

LiTheS Nr. 13: *Mode – Geschmack – Distinktion I* präsentiert u. a. die Ergebnisse der im Rahmen der LiTheS-Tagung gleichen Titels im Mai 2015 an der Universität Graz geführten und davon angestoßenen Diskussionen.

Gefördert vom Vizerektorat für Studium und Lehre, vom Vizerektorat für Forschung und Nachwuchsförderung, vom Dekanat der Geisteswissenschaftlichen Fakultät der Karl-Franzens-Universität Graz und vom Land Steiermark.

ISSN 2071-6346=LiTheS



Vizerektorat für Studium
und Lehre

Vizerektorat für Forschung
und Nachwuchsförderung



KARL-FRANZENS-UNIVERSITÄT GRAZ
GEISTESWISSENSCHAFTLICHE
FAKULTÄT





INHALTSVERZEICHNIS

Die Vertracktheit modischer Kommunikation

Von Manfred Prisching	7
Distanzierung und Individualisierung	10
Anpassung und Konformismus	14
Die Mode in einer Aufmerksamkeitsökonomie	19
Modische Erscheinungen und Tipping Points	21
Modismus in einer Konkurrenzsituation	23
Die Professionalisierung der Modisierung	25

Das Modische. Zu Entstehungsbedingungen und Funktionen einer bestimmten Art von Konformismus

Von Karl Acham	30
I. Tracht, Tradition und Trachtenmode	30
II. Der Aufstieg der Mode und das Modische	32
III. Zwischenbetrachtung zu einer Grundfunktion der Mode	36
IV. Modisches im europäischen Wissenschaftsbetrieb	38
1. Wissenschaftssprachlicher Konformismus	38
2. <i>Science Slams</i>	39
3. Pluralismus als Wissenschaftsmode	40
4. Wissenschaft als flexibler Beruf	42
V. Einiges zur <i>Entrepreneurial University</i> neuen Typs	43
Schluss: Noch ein Wort zur EU-Wissenschaftspolitik	45

Badegesellschaften

Hessische und nassauische Kurorte in Reiseberichten des 18. und 19. Jahrhunderts und Thorstein Veblens *Theorie der feinen Leute*

Von Marion Linhardt	47
1. Kurzer Abriss zur Bedeutung der Badeorte Schwalbach und Schlangenbad bis ins 19. Jahrhundert	47
2. Das Luxusbad: Muße und Konsum haben ihren idealen Raum gefunden	49
3. Schwalbach und Schlangenbad in Reiseberichten des 18. und 19. Jahrhunderts	52
3.1. Zur Textgestalt	52
3.2. Die <i>Amusemens</i>	55
3.3. Die <i>Bubbles</i>	57

Motten und Ruinen

Über das symbolische Kapital von Sängern

Von Michael Walter	60
Die Affäre Mallinger–Lucca	64

Ästhetik – Stil – Geschmack

Sowjetische Modediskurse in der Tauwetter-Zeit

Von Julia Hargaßner und Elena Huber	77
-------------------------------------	----



Über Verbrauch von Trends in der Popmusik – Der Eurovision Song Contest wird 60

Von Saskia Jaszoltowski	89
Jubiläum	89
Beständigkeit	90
Ästhetik 1: Werturteil	91
Ästhetik 2: Übertreibung	92
Ästhetik 3: Ökonomie	93
Musikgeschichte 1: Ethnopolop	94
Musikgeschichte 2: Hard Rock	96
Musikgeschichte 3: Pop-Hymnen	96
Politisch verdächtig?	98
Bilanz	99

„Sprachliche Mode(n)“ in der Kommunikation unter österreichischen Jugendlichen

Von Georg Oberdorfer und Anna Weiß	101
Einleitung	101
1. „Jugend“ – Begriffsbestimmung und Eingrenzung	101
2. Sprachliche Moden und Stile	105
3. Sprachliche Moden österreichischer Jugendlicher	107
3.1. Japanophile Tendenzen als Insidersignale	108
3.2. Wegfall der Präposition	114
3.3. Externe Intensivierung der Nominalphrase	115
4. Resümee	117
Auszug relevanter Transkriptionskonventionen <i>GAT 2</i>	117





Die Vertracktheit modischer Kommunikation

Von Manfred Prisching

Unweigerlich stellen sich lebensweltliche¹ Assoziationen ein, wenn der Begriff der *Mode* verwendet wird – man denkt an Kleidung, Autos, Haarfarbe, Accessoires, alle möglichen Lifestyle-Attribute. Wenn man Mode über diesen naheliegenden Kontext hinausdenkt und das vertrackte² Konzept auf andere Lebensbereiche anwenden will³, stellen sich drei Fragen.

Erstens: Wie kann man *modische* Trends von anderen Entwicklungen abgrenzen? Was ist bleibender oder nachhaltiger Wandel und was ist eine temporäre Moderscheinung, die eine zeitliche Begrenzung aufweist: ein „Strohfeuer“? Wenn sich eine Mode verallgemeinert und verfestigt, handelt es sich um keine Mode mehr: Es gibt einen *Normalisierungseffekt*. Irgendwann hat man sich, wie Norbert Elias sagt, über die Modenarren⁴ lustig gemacht, die zum Essen kuriose Gabelchen und zum Schnäuzen affektierte Tüchlein verwendet haben – aber die Benutzung von Taschentüchern würden wir heute nicht unter „modisches“ Verhalten rubrizieren. Eine dauerhafte Veränderung kann in ihrer Anfangsphase modischen Charakter tragen, und sie kann diesen verlieren, wenn sie sich auf Dauer behauptet.⁵ Die erste Welle

- 1 „Lebenswelt“ soll in diesem Zusammenhang heißen: der menschliche und soziale Nahbereich des alltäglichen Lebens, die ohne viel Aufwand erfahrbare konkrete Umwelt, jene Wirklichkeit, die als Selbstverständlichkeit betrachtet wird.
- 2 „Vertrackt“ bedeutet, dem Duden zufolge: schwierig, verworren, kompliziert, verzwickte, brenzlich. Im *Grimmschen Wörterbuch* kommen dazu: verworren, seltsam, unangenehm, verzerrt, vergault; diese Attribute beziehen sich sowohl auf körperliche Entstellung als auch auf geistige Verwirrung.
- 3 Das ist keine ausgefallene Idee, denn modisches Verhalten kann auch in anderen Institutionen diagnostiziert werden: modische Selbstinszenierungen oder Ideen in der Politik, modische Theorien in der Wissenschaft, modische Ästhetik oder Materialverwendung in der Architektur, modische Ernährungsweisen (wie z. B. Vegetarismus).
- 4 Zuweilen werden in dieser Arbeit die Geschlechter verdoppelt, manchmal unterbleibt dies aus sprachästhetischen Gründen und es wird das generische Maskulinum verwendet. Im obigen Fall sind natürlich auch die Modenärinnen mitgemeint, ebenso wie an anderen Stellen beide Geschlechter.
- 5 *Innovationen* starten in ihrer Anfangsphase oft als *modische Accessoires*. Flatscreen-Fernseher waren modisch, mittlerweile sind sie überall verbreitet. SUVs waren eine modische Neuheit, mittlerweile sind sie selbstverständlich. Das Modische kann also zweierlei „Schicksale“ haben: Zum einen kann es „unmodern“ werden, dann ist es überholt, „von gestern“, schaut allenfalls lächerlich aus; zum anderen kann es selbstverständlich werden, also in eine Alltagskultur Eingang finden, in der es weder modisch noch unmodern ist, sondern einfach zur „Ausstattung“ der Lebenswelt gehört. Der Wikipedia-Artikel „Mode“ ist sich dessen bewusst: „Mode [...] bezeichnet die in einem bestimmten Zeitraum und einer bestimmten Gruppe von Menschen als zeitgemäß geltende Art, bestimmte Dinge zu tun, Dinge zu benutzen oder anzuschaffen, sofern diese Art, etwas zu tun, nicht von großer Dauer ist, sondern im Verlauf der Zeit infolge gesellschaftlicher Prozesse immer wieder durch neue –

der Handys mag „modisch“ gewesen sein, in jener kurzen Phase, als einige „Angeber“ gar Attrappen verwendet haben, um ihre Zeitgeistigkeit zu beweisen oder ihre Reputation zu heben; mittlerweile haben diese Geräte die Gesellschaft durchdrungen und sind zu einem nicht wegzudenkenden Element des täglichen Lebens geworden. (Modisch mag dann nur noch der rasche Kauf des iPhone 6 oder des Galaxy Edge sein, für den manche Personen vor den einschlägigen Shops biwakieren.) Mit der eigentlichen Mode tut man sich aber auch deswegen schwer, weil sie nicht mehr so einfach wie früher auf einheitliche Rocklängen oder einheitliche „Herbstfarben“ festzulegen ist, vielmehr gibt es viele Ausprägungen nebeneinander, fast alles ist möglich, unterschiedliche Lebensstile bedingen unterschiedliche Moden.

Zweitens die Frage der *Übertragbarkeit*: Wo gibt es modische Erscheinungen jenseits der Textilien? Gibt es so etwas in Wissenschaft, Kunst, Politik, Management, Medien und anderen Bereichen? Zu Zeiten der Aufklärung war die Denkfigur des Gesellschaftsvertrages ein überzeugendes – man kann wohl sagen: auch modisches – Gebilde; heute würde man den Gesellschaftsvertrag nicht zum tragenden Element eines Parteiprogramms machen. In den sechziger und frühen siebziger Jahren gab es einen plötzlichen Hype marxistischer Theorien, wenige Jahre später war das alles vorüber, dann folgte das „Baumsterben“ (theoretisch gesprochen), und als Argument kam es aus der Mode, als die Bäume jedes Frühjahr immer noch grün dastanden. Gegenwärtig gibt es einen gewissen Hype um *open access*-Journale in der Wissenschaft, der durchaus modische Züge aufweist, aber diese werden bewusst forciert, weil sich Verlage rechtzeitig ihren Marktplatz sichern müssen; sicher werden sich diese Zeitschriften eher früher als später etablieren und zur „Normalität“ werden. Wissenschaftliche Theorien sind nicht deshalb „modisch“, weil sie voriges Jahr grün waren und heuer blau sind oder weil sie neuerdings mit Glassteinen bestückt werden – das ist irgendwie komplizierter, jedenfalls abstrakter. Wie unterscheidet man „theoretische Mode“ von „Erkenntnisfortschritt“? In welche Kategorie fallen die *cultural studies*? Im sozialen Leben können kleine Anstöße zu größeren Verschiebungen (oder zu Massenverhalten) führen: Das Zusammenleben unverheirateter Paare könnte man in den bewegten sechziger Jahren noch als modische Veränderung gegenüber dem vorherigen konservativen Zustand betrachten, man war ohne Trauschein „progressiv“; drei Jahrzehnte später gehört dies bereits zu einer alltäglichen Selbstverständlichkeit. Die arabische Rebellion hat in einem Land (aufgrund eines bestimmten Ereignisses) begonnen, und sie hat sich nach der Logik einer „Epidemie“ über die anderen Länder fortgesetzt: Kann man sagen, dass der Arabische Frühling Elemente einer „Modeerscheinung“ aufgewiesen hat, als Diffu-

dann als zeitgemäß geltende – Arten revidiert wird, sofern sie also zyklischem Wandel unterliegt. Moden sind Momentaufnahmen eines Prozesses kontinuierlichen Wandels. Mit Moden werden also in der Regel eher kurzfristige Äußerungen des Zeitgeistes assoziiert. Vergleichsweise längerfristige Äußerungen des Zeitgeistes, die sich über mehrere Modewellen hinweg in positiver Bewertung halten können, gelten nicht als Mode, sondern als Klassiker. Ganz kurzlebige Moden, die sich oft nur um ein individuelles Produkt drehen, bezeichnet man als Fads.“ <https://de.wikipedia.org/wiki/Mode> [2015-11-23].



sion quasi-revolutionären Verhaltens? („Wenn die Tunesier demonstrieren können, dann können wir das in Kairo auch ...“) Ist der islamische Dogmatismus, im Sinne einer Rückkehr von liberaleren zu dogmatisch-orthodoxeren Formen, ein „modisches“ Phänomen, so wie seinerzeit ein neomarxistischer Dogmatismus? (Oder lässt sich dieser Begriff auf derart ernsthafte Phänomene gar nicht anwenden und wird er durch die Anwendung unzulässig überdehnt?)⁶ – Natürlich gibt es Moden in verschiedenen Lebensbereichen; aber die Frage ist: Sind gewisse Mechanismen des Aufstiegs, der Durchsetzung und des Verschwindens modischer Entwicklungen in ganz verschiedenen Bereichen ähnlich? Und worin läge dann ihre Ähnlichkeit?

Drittens die sich aufdrängende Frage der *Intensivierung*: Gibt es gute Gründe dafür anzunehmen, dass sich modische Prozesse in einer spätmodernen Gesellschaft verstärken oder verbreiten? Gibt es eine „Modisierung“ von Lebensbereichen im Sinne einer Ausbreitung von Mechanismen von „booms and busts“, ist der „Modismus“, als weltanschauliches Element, demzufolge es prinzipiell gut ist, mit der Mode zu gehen, eines der Kennzeichen der Spätmoderne? Gibt es also mehr Mode (in mehr Sachbereichen oder Lebensfeldern) als früher? Und welche strukturellen Veränderungen könnten dazu beitragen?

Das sind mehr Fragen, als in diesem Beitrag beantwortet werden können. Ich betrachte in zwei Kapiteln (über „Distanzierung und Individualisierung“ sowie über „Anpassung und Konformismus“) noch einmal die schon von Georg Simmel dargestellte „Spannung“, die in der Mode auftritt.⁷ Es sind die beiden unterschiedlichen, gleichzeitig auftretenden Sehnsüchte: einerseits anders sein als die anderen, ganz originell und authentisch; andererseits den anderen zugehörig sein, dazugehören, sich vergemeinschaften, insofern auch so sein wie die anderen. Ein paar Seitenblicke werden wir dabei bereits in andere Lebensbereiche als jene der Textilien und Accessoires werfen. – In vier weiteren Kapiteln befasse ich mich sodann mit einigen spezifischen Mechanismen, die in postmodern-modischen Entwicklungen (wie ich behaupte: quer über Lebensbereiche) auftreten, unter den Stichworten: Aufmerksamkeitsökonomie, Tipping Points, Konkurrenzeffekte und Professionalisierungseffekte.

6 Der Schriftsteller Feridun Zaimoglu hat 2007 den aufstrebenden Islam für eine Modewelle gehalten: „Im Augenblick sieht man den Islam ja als eine wuchtige Religion an. Ich kenne einige junge Frauen, die quasi über Nacht das Kopftuch angelegt haben. Der Islam ist jetzt der heiße Feger, eine Idee, die viele Menschen schick finden. Wenn alle Welt, alle Experten darauf hinweisen, wie schlimm doch der Moslem oder der Islam sei, dann macht das Eindruck bei den jungen Migranten. Die sagen sich, das hört sich aber gefährlich an und dann schmückt man sich damit. Sie kokettieren mit dem Gefährlichen, dem Verbotenen. Der Islam ist der neue Hit der Saison. [...] Es ist eine Modewelle.“ Interview mit Feridun Zaimoglu: „Der Islam ist eine Modewelle“. Auf: tagesschau.de vom 27. August 2007: <https://www.tagesschau.de/inland/meldung203352.html> [2015-12-23].

7 Georg Simmel: Zur Psychologie der Mode. Soziologische Studie. In: G. S.: Schriften zur Soziologie. Eine Auswahl. Herausgegeben und eingeleitet von Heinz-Jürgen Dahme und Otthein Rammstedt. 5. Aufl. Frankfurt am Main: Suhrkamp 1995. (= suhrkamp taschenbuch wissenschaft. 434.) S. 131–139.

Distanzierung und Individualisierung

Wir beginnen mit dem Distanzierungsaspekt. Mode heißt: etwas Auffälliges, etwas Besonderes tragen, vorzeigen, präsentieren; die Kommunikation von etwas „Anderem“. Mode bedeutet: Es gibt Standards (der Kleidung, des Verhaltens, der Argumentation usw.), doch die Teilnahme an einem modischen Trend durchbricht die herkömmlichen Standards. Man kommuniziert (und will dies auch tun), dass man *anders* ist als der Mainstream. Nicht feindselig, nicht notwendig provokativ, ohne Aversionen und ohne Missvergnügen gegen die „Normalen“ – aber eben anders und auffallend.⁸ In einer Gesellschaft, die sich als individualistische versteht⁹, in der die Suche nach Identität zu den wesentlichen Sozialisationsinhalten gehört, ist die Konfiguration der individuellen Besonderheit ein zentraler Aspekt – und deshalb natürlich auch die Mode, die gewissermaßen die *äußerliche Darstellungsvariante* der *innerlichen Besonderheit* ist. Denn das Erscheinungsbild soll der Kommunikation des einzigartigen Selbst dienen. Mit Norbert Elias gesprochen: das ist die in der modernen Welt beschleunigte Verschiebung von der Wir-Identität zur Ich-Identität.¹⁰

Es entsteht ein Kommunikationsproblem: Man bleibt *unauffällig*, wenn man sich zu nahe am Mainstream situiert. Man wird aber *unverständlich*, allenfalls sogar abstoßend, wenn man sich vom Mainstream zu weit absondert. Es ist also ein Balanceakt, so wie bei Schopenhauers Stachelschweinen¹¹ – es geht um die richtige Konfiguration von Distanz und Nähe. Man will anders sein, aber nicht so anders, dass man die

-
- 8 Der überwiegende Teil der Identitätssuchprozesse und Identitätsdarstellungen ist nicht mehr unbedingt konflikthaft, gegen eine homogene Mehrheitskultur gerichtet, so wie noch in den sechziger Jahren. Es ist eine akzelerierende Pluralisierung, in der das Toleranzgebot kaum noch Grenzen kennt. Identitäten werden nicht gegen die Hauptgesellschaft, gegen die Erwachsenen, gegen das System konstruiert, sondern oft in der Konfrontation mit Gleichaltrigen. Man will nicht gegen den Mainstream protestieren, der ohnehin gegenüber allen Devianzerscheinungen ziemlich „freundlich“ ist; man begnügt sich damit, einen Freiraum einzufordern, um die primär ästhetischen Vorstellungen in einem Kreis von Gleichgesinnten innerhalb der Gesellschaft zu verwirklichen. Vgl. Winfried Gebhardt: ‚We are different!‘ Zur Soziologie jugendlicher Vergemeinschaftung. In: Fragile Sozialität. Inszenierungen, Sinnwelten, Existenzbastler. Ronald Hitzler zum 60. Geburtstag. Herausgegeben von Anne Honer, Michael Meuser und Michaela Pfadenhauer. Wiesbaden: Gabler 2010, S. 327–339, hier S. 330. Insofern haben auch modische Selbstdarstellungen einen neuen Charakter erhalten; auch vergleichsweise extreme „Dekorationen“ richten sich gar nicht gegen den Mainstream oder wollen gar nicht behaupten, dass die jeweils eigene Dekoration die richtige, die vorzugswürdige, die zu generalisierende Dekoration darstellt – es ist ganz einfach die „richtige“ Dekoration „für mich“. Deshalb gibt es zum einen so viele Moden nebeneinander, zum anderen lässt sich über Mode nicht diskutieren (bzw. nur jeweils innerhalb der zugehörigen Zirkel). Denn dass man sich „gut“ fühlt, ist gewissermaßen ein diskussionsbeendendes Argument: Wer könnte dagegen etwas einwenden?
- 9 Matthias Junge: Individualisierung. Frankfurt am Main; New York: Campus 2002. (= Campus Einführungen.)
- 10 Norbert Elias: Die Gesellschaft der Individuen. Herausgegeben von Michael Schröter. 7. Aufl. Frankfurt am Main: Suhrkamp 2007. (= suhrkamp taschenbuch wissenschaft. 974.)
- 11 Manfred Prisching: Schopenhauers Stachelschweine: Distanzverlangen und Gemeinschaftsbedürfnis. In: Carinthische Dialoge 2007–2011. Herausgegeben von Johanna Franz und Clodwig Franz. Wien: Selbstverlag 2012, S. 211–225.



„Anschlussfähigkeit“¹² verliert – weil es zum nicht unwesentlichen Teil ja gerade um die anschlussfähige Reputation bei den anderen geht.

Mode bedeutet jedenfalls, dass man nicht ganz alleine unterwegs ist, denn es handelt sich um eine Art von *Clustering individualistischer Typenbildung*. Man folgt einem Trend, dem auch andere folgen. Die Optionen zur Demonstration der Individualität sind in Wahrheit ziemlich begrenzt: Man will sich vom *Konformismus des Mainstreams* absetzen, indem man dem *Konformismus des Modischen* folgt. Nur wenn das Modische relativ wandelbar, also immer etwas Neues, in Absetzung vom *Mainstream*, ist, kann man sich (eine Zeit lang) der Illusion hingeben, dass der *Konformismus des Modischen* in Wahrheit als *ostentativer Individualismus* verstanden werden kann. Damit ist ein Risiko verbunden: Wenn man jeder Mode folgt, kann man, ganz im Gegensatz zur gewünschten Individualität, auch als „Modetrottel“ wahrgenommen werden, also als unselbstständiger Mitläufer. Den Begriff *Modetrottel* findet man vor allem in diversen Mode-Blogs. So schreibt etwa das „Erdbeer-mädel“: „Eine ganze Zeit lang war schwarzer Nagellack ja voll IN. Ist das jetzt immer noch so? Ich finde ja, dass schwarzer Nagellack eigentlich voll super ist, weil der zu allem passt, aber ich will mich ja auch nicht als Modetrottel outen.“ (2013)¹³ Auf einer anderen Seite heißt es:

„Aus der Gegenbewegung zur Mehrheitsgesellschaft wurde eine Jugendmode. Durch den *Mainstream* verlor der *Punk* sein kritisches Potenzial und wurde auf diese Weise zum bloßen Modezitat der traditionellen Stilmittel des *Punk*. Die Kleidung des *Punks* war ein Ausdruck der Ablehnung der *Mainstreamkultur* und zeichnete sich dadurch aus, dass normale Alltagsgegenstände zweckentfremdet und als Kleidungsstück und Schmuck verwendet wurden. [...] Heute werden die Klamotten und Frisuren, die ein [!] *Punk* ausgemacht hat, als ‚neue‘ Mode bezeichnet und jeder *Modetrottel* rennt dem *Mainstream* hinterher.“ (2013)¹⁴

Ein ähnlicher Begriff ist jener des *Modenarren*, der in der *Wikipedia*, der entscheidenden Wissensquelle der Spätmoderne, folgendermaßen definiert wird: „Als *Modenarr*, altertümlich auch *Stutzer* oder *Geck*, wird ein Mensch bezeichnet, der mit übertriebener, affektiert wirkender *Eleganz* Aufmerksamkeit zu erheischen sucht.“¹⁵ Im *Grimmschen Wörterbuch* heißt es zum *Modenarren*: „der der mode in närrischer

12 „Anschlussfähigkeit“ kann in verschiedenen Kontexten auch ganz Verschiedenes bedeuten, heutzutage wird der Begriff oft in wirtschaftlichen Zusammenhängen verwendet. Hier ist ganz schlicht damit gemeint, dass man (von Ausnahmefällen abgesehen) einfach aus den sozialen Interaktionszusammenhängen nicht „hinausfliegen“ möchte.

13 Auf: erdbeerlounge / Eva_Deluxe: Schwarzer Nagellack: <http://www.erdbeerlounge.de/forum/beauty/schwarzer-nagellack-3/> [2015-12-23].

14 Der *Mainstream* zerstört den *Punk*!! (July 2, 2013.) Auf: sbienefeld. A great WordPress.com site: <https://sbienefeld.wordpress.com/2013/07/02/der-mainstream-zerstort-den-punk/> [2015-12-23].

15 <https://de.wikipedia.org/wiki/Modenarr> [2015-11-23].

weise unterworfen ist, namentlich in bezug auf kleidung.“¹⁶ Ebenfalls dort kommt auch der Begriff der *Modepuppe* vor: „puppe, der die neu erfundenen moden angelegt werden, auf dasz solche desto besser nachgemacht werden können“; aber auch: „verächtlich von einem übertrieben modisch sich tragenden Menschen“.¹⁷

Selbstinszenierung als Übermittlung einer Botschaft ist aber auch im *politischen Leben* eine essentielle Kunst, vor allem in einer medifizierten Welt. Man braucht medientaugliche Führungsfiguren und die Visualisierung von Personen und Inhalten. Ein politischer Führer muss, entsprechend der jeweiligen Visualisierungslogik, einerseits der Mensch wie du und ich sein, ein Politiker zum Angreifen, eine lebensnahe Person, d. h. eine Mittelstandspersönlichkeit, wenn auch mit einem Hauch von Glamour; andererseits soll er Leitfigur und Experte sein, mit Charisma ausgestattet, eben ein Leader. Es ist genau das Modeproblem: Distanzierung und Konformismus gleichzeitig. Jedenfalls müssen Ideologie, Kleidung und Habitus korrelieren und in das Ambiente passen. Präsident Obama soll Fitness treiben, das ist eine anerkannte „westliche“ Kulturaktivität, aber er wird sich wohl nicht, so wie Präsident Putin, mit nacktem Oberkörper und Waffe als „Halbstarker“ präsentieren dürfen. Man kann spekulieren, welche historisch-kulturellen Hintergründe sich hinter diesen beiden möglichen bzw. unmöglichen Bildern verbergen.¹⁸

Die Mainstream-Regeldurchbrechung im Sinne eines progressiven „Devianzkonformismus“ ist nicht neu. Im 20. Jahrhundert finden wir strikte *Kleiderordnungen* vor allem in links-totalitären Verhältnissen, in der Sowjetunion etwa oder in China, aber dezentere Formen von Kleiderordnung als Ideologie- und Gesinnungssymbol finden sich überall: Grüne Abgeordnete dürfen keine Krawatte tragen. Joschka Fischer ist bekanntlich bei seiner ersten Angelobung als Abgeordneter in Turnschuhen aufgetreten – der „Nichtkleidungszwang“ folgt gehorsam einem Schema. Der vormalige griechische Finanzminister Giannis Varoufakis hat auf eine Selbstdarstellung mit offenem Hemd gesetzt, so wie auch sein Ministerpräsident. Krawatte ist nämlich „rechts“, konservativ, alt; Krawattenlosigkeit versinnbildlicht hingegen vermeintliche Progressivität, Volksnähe, Basisdemokratie, Linksheit; aber auch und vor allem: weltanschauungsfreie „Coolness“. Coolness ist eine der modischsten Attitüden. Sie ist dem früheren *Dandytum* verwandt (oder auch dem schon bei Georg Simmel vorhandenen Begriff der *Blasiertheit*¹⁹), weist aber neue Erscheinungsformen auf, auch andere ideologische Naheverhältnisse. Coolness passt überall, rechts und

16 <http://woerterbuchnetz.de/DWB/> [2015-12-12].

17 Ebenda.

18 Angela Merkel freilich ist ein Phänomen, welches allen Politik- und Medienwissenschaftlern schier unüberwindliche Probleme bereitet; dass ihr nüchternes Amtscharisma in dieser Weise durchschlagen kann, hat alle Prognosen über Inszenierungsnotwendigkeiten politischer Führungsgestalten aus den letzten Jahren Makulatur werden lassen.

19 Bei Simmel ist die moderne *Blasiertheit* Ergebnis der ständigen Überreizung des Nervensystems, insbesondere bei Städtern, die immer wieder mit einer Überzahl von neuen Reizen konfrontiert sind, bis diese Reize ihren Reiz verlieren.



links, oben und unten. Vor allem handelt es sich um die radikale Demokratisierung und Generalisierung einer Dandy-Attitüde oder um eine Anspielung auf die *Bohème*. „Die Bohème scheint in einer Weise zum massenmedialen Kanon zu gehören, wie es bis dato kaum vorstellbar war.“²⁰

Früher einmal war die Bohème Avantgarde, Provokation, der Gegenpol zum biederen Bürgertum; mittlerweile ist sie in den Mainstream der besseren Schichten eingedrungen. „Bohème für alle.“²¹ Das ist ohne Zweifel ein modisches Element. Auch der Architekt, ausnahmsweise sogar ein Vorstandsmitglied, kann einen Dreitagebart tragen. Künstlerische und bohémistische Selbstinszenierungen sind immer ineinander geflossen, vor allem auch deshalb, weil nach wie vor der romantische Künstlermythos obwaltet.²² Während bei Künstlern die Selbstdarstellung von Leben (und – in immer stärkerem Maße – Körperlichkeit) durchaus als Kunstpräsentation ausreichen kann, ist die Homestory des griechischen Kurzfrist-Finanzministers in Brüssel nicht als überzeugendes Argument aufgenommen worden, so dass der Versuch, Wirtschaftspolitik durch modischen Lifestyle zu ersetzen – sowohl intellektuell als auch lebensweltlich –, als gescheitert betrachtet werden muss, auch wenn viele Kommentatoren der (vorläufigen) Krisenbewältigung Griechenlands die „technokratische“, „regelgeleitete“ Vorgangsweise Deutschlands verurteilen – weil sie natürlich selbst der cool-bohémistischen Geisteswelt angehören und deshalb den Nutzen nüchterner „Regelsysteme“ nicht verstehen. Selbstbewusstsein, Narzissmus und Besserwisserei, dekoriert mit einer extrem hohen Dosis von moralischem Anspruch (der sich immer gegen die anderen, nicht gegen sich selbst richtet), sind eine modische Geisteshaltung, die überall relativ breiten Anklang findet, auch im heimischen Feuilleton, insbesondere aber offenbar an amerikanischen Universitäten, an denen Varoufakis doziert hat; doch wenn damit die Unfähigkeit einhergeht, konstruktive und konkrete Arbeit zu leisten, löst dies in tatsächlich funktionalen Zusammenhängen, also diesseits der unverbindlichen Rasonniererei, Widerwillen aus. Der griechische (politische) Versuch modischer Kommunizierung von Besonderheit – die Durchsetzung eines europäischen Schuldenerlasses vermittelt hemdkragensignalisierter Coolness – ist offensichtlich gescheitert. Wir halten nur fest: Krawatte mag modisch sein, aber das Weglassen einer modischen Krawatte ist viel modischer.

20 Walburga Hülk, Nicole Pöppel und Georg Stanitzek: Bohème vor und nach '68. In: Merkur. Deutsche Zeitschrift für europäisches Denken 69 (2015), H. 791, S. 5–18, hier S. 9.

21 Ebenda.

22 Der romantische Künstlermythos schließt den erfreulichen Umstand ein, dass in der bildnerischen Künstlertätigkeit Nichtarbeit schwer nachweisbar ist, so dass fremdfinanzierte Lebenskünstler ihren gemächlichen Lebensverlauf durch den Anspruch auf Künstlertum hervorragend legitimieren können.

Anpassung und Konformismus

Man kann vom *Band-Wagon-Mechanismus*, vom *Mitläufereffekt*, vom *Imitationseffekt* oder vom *Kaskadeneffekt* sprechen: Es besteht eine hohe Bereitschaft, sich erfolgreichen oder attraktiven Handlungsweisen anzuschließen. *Mode produziert Mode*. Eine Dynamik, die sich entwickelt, führt dazu, dass die meisten aufspringen. Bei Textilien, aber auch in anderen Lebensbereichen, bei Ideen, Bildern, Design, Projekten, Theorien. „In social life, small sparks cause wildfires.“²³ Deshalb können wir zukünftige Trends nicht voraussehen. Vier Mechanismen sind interessant.

Es kann sich erstens um *nicht-reflexive Nachahmung* handeln: *Herdentrieb*. Für Arnold Gehlen ist der Neumondtanz der Pygmäenfrauen ein einfacher Modellfall für Imitation; alle ahmen gemeinsam den Mond nach, aber gleichzeitig ahmt jeder den anderen nach, Selbstgefühl und Kollektivgefühl fließen ineinander.²⁴ Die spätmoderne Gesellschaft ist voll von solchen Pygmäenfrauen.²⁵ Sie decken sich mit einschlägigen stromlinienförmigen High-tech-Textilien ein und strampeln sich gesundheitsfunktional, aber eigentlich doch ritualistisch, jedenfalls in richtigem Schnitt und aktueller Farbe gekleidet, auf den Fahrradwegen ab. Bis in die neunziger Jahre waren die Männerhaare lang, eine nachhaltige Wirkung der protestträchtigen sechziger Jahre; plötzlich wurden sie kurz geschnitten, manchmal bis zu den Stoppeln, das sah ziemlich smart und dynamisch aus; neuerdings tauchen einige trendsetzende Prominente auf, die ihre Haare wieder lang tragen, manchmal gar schon zum Zopf gebunden, und um Nachahmung muss einem nicht bange sein. Aus einem *Zeit-Magazin* (Nr. 29 / 2015):

„Matt Damon trägt sein Haar neuerdings lang und zum Zopf gebunden. Unter dem Stichwort ‚Hollywood hair‘ sammelte *Vanity Fair* überschwängliche Pressekommentare zu Damons ‚rockiger neuer Frisur‘: ‚Der attraktive Mime bindet seine ausgewaschenen blonden Locken in einem Pferdeschwanz zurück und lässt sie üppig den Nacken hinabfallen.‘ Oder: ‚Lockig, dick, üppig, eine wippende Mischung aus dem Haar eines Piraten, eines sexy Hippie-Barista und aller Cheerleader-Kapitäninnen.‘“ Nach einigen weiteren Betrachtungen verkündet der Artikel: „Unsere Prognose lautet: Der Zopf kommt zurück. Die Achtziger und Neunziger sind modisch ja längst wieder da, es fehlten nur noch

23 Cass R. Sunstein: Foreword: On Academic Fads and Fashions. In: Michigan Law Review 99 (2001), S. 1250–1264, hier S. 1252.

24 „Indem alle gemeinsam den Mond nachahmen, ahmt jeder den anderen nach. Anders gesagt: die darstellende Nachahmung eines eindrucksvollen Ereignisses verläuft von vornherein sozial ansteckend: das Verpflichtungsgefühl und Verhaltensbedürfnis aller schlägt sich in einem gleichförmigen Verhalten nieder, das sie im Hinblick aufeinander artikulieren. In einer sehr potenzierten Weise schwingt dann das Selbstgefühl des Einzelnen in dem der Gruppe mit, wenn er die Handlungen der anderen vollzieht, d. h. sie gleichzeitig und gestaltidentisch außer sich sieht und im entfremdeten Selbstgefühl innehat.“ Arnold Gehlen: Urmensch und Spätkultur. Philosophische Ergebnisse und Aussagen. 6., erweiterte Aufl. Frankfurt am Main: Klostermann 2004. (= Klostermann Seminar. 4.) S. 147–148.

25 Das ist natürlich nicht geschlechtsspezifisch gemeint, es ist keine Diskriminierung der nicht genannten Männer beabsichtigt.



die langen Haare. Männer, die mit Mitte 40 noch volles Haar haben, werden es als ultimatives Statussymbol entdecken: Was ist schon ein Porsche im Vergleich zur Zurschaustellung eines prächtigen Zopfes? Die Tage des Undercuts, mit dem Männer so wirken, als sei ihre Nazi-Uniform gerade in der Wäsche, sind gezählt.²⁶

Solche Trends gibt es nicht nur bei Äußerlichkeiten, sondern auch bei kulturellen Symbolen oder Haltungen: Was ist „in“? Das mögen – bis in die allgemeine Öffentlichkeit hinein – Zitate aus dem Judentum oder biblische Vornamen für Kinder²⁷ sein oder ein Übergang der Ernährungsweise zum Vegetarischen oder Veganen – der letztere Food-Kult greift bei Studierenden wahrnehmbar um sich. In einer jüdischen Kulturzeitschrift (*David*) wurde 2005 etwa die *Modewelle* „Judentum“ in Augenschein genommen: Ein neuer Trend beginne sich abzuzeichnen,

„nämlich die ‚Entdeckung‘ vermeintlicher und auch tatsächlicher jüdischer Kultur durch Prominente aus Film- und Musikbusiness, allen voran Madonnas Einsatz für die kabbalistische Sekte des Philip Berg. Mit nahezu unübersehbarem missionarischen Einsatz wirbt die Sängerin für die Lehren der Kabbala und setzt damit eine Welle in Gang, die derzeit halb Hollywood ergriffen hat. So nennt die deutsche *Glamour* im Juli 2004 u. a. Britney Spears, Barbara Streisand oder auch Elisabeth Taylor als Anhänger der kabbalistischen Lehre in der Auslegung des Laien und Gurus Philip Berg, der u. a. in Los Angeles und London Kabbalazentren betreibt. Wie alle Gruppen greift auch diese auf identitätsstiftende Symbole zurück, so etwa auf ein zartes rotes Bändchen am Handgelenk, das Böses abwehren soll und zum unverzichtbaren Accessoire für alle Stars und Sternchen geworden ist, die ihrem Vorbild folgen wollen. Dabei ist die Überzeugungskraft eines Opinion Leaders wie Madonna gar nicht zu unterschätzen. Was sich die Stars von ihrer Zuwendung zu einer Lehre erhoffen, die zwar Anknüpfungen an die traditionelle jüdische Exegese aufweist, die jedoch in einer ganz eigenen Tradition steht, beginnend mit dem 12. Jahrhundert, und in ihrer Auslegung durch moderne Sektenführer ihren Bezug zur jüdischen Tradition nahezu vollständig verloren hat, bleibt ihr Geheimnis.“²⁸

Nichtreflexiv ist es auch, wenn sich das einfache Massenverhalten selbst als reflexives missversteht. Ein Beispiel aus dem Journalismus: Bei einer Diskussion mit Studierenden eines Medien-Studiengangs äußert eine Studentin, die bei einem urbanen Frauenmagazin beschäftigt ist, ihr „kritisches Selbstverständnis“. Sie ist nämlich für

26 Anna Kemper: Über den Männerzopf. In: ZEITmagazin Nr. 29 vom 20. Juli 2015. Auch auf: <http://www.zeit.de/zeit-magazin/2015/29/matt-damon-zopf-maenner-gesellschaftskritik> [2015-12-23].

27 Bei den Mädchen handelt es sich um Namen wie Anna und Hannah, Lena und Sarah, die weit vorne in der Beliebtheitsstatistik rangieren, bei den Knaben etwa Lukas und Tobias, David und Jakob (siehe etwa für Ländervergleiche die Seite www.beliebte-vornamen.de). Man kann sich allerdings nicht sicher sein, ob bei den Namensgebern überhaupt bekannt ist, dass es sich um jüdisch-biblische Namen handelt.

28 Susanne Swantje Falk: Jewish en vogue?. In: *David*. Jüdische Kulturzeitschrift (2005), H. 65: <http://www.davidkultur.at/ausgabe.php?ausg=65&artikel=611> [2015-11-23].

die Gleichberechtigung der Frauen, für deren bessere Karrieren und bessere Bezahlung, für Egalität im Haushalt, für sexuelle Befreiung und dergleichen. – Es lässt sich allerdings mit dem Blick auf das urbane Frauenmagazin fragen: Was davon sollte wohl „kritisch“ sein? Das alles ist doch im öffentlichen Diskurs mittlerweile Konsens, möglicherweise mit der Ausnahme entlegener Alpentäler, ganz sicher aber bei allen denkbaren Zielgruppen für besagtes Frauenmagazin. Anders gesagt: Wir stoßen in diesem Fall wie in anderen Fällen auf ein charakteristisches Selbstmissverständnis – das Gefühl einer hohen Originalität und Autonomie, welches dann auftritt, wenn man genau das tut, sagt oder anzieht, was auf alle (oder jedenfalls auf die für die eigene Person relevanten Gruppen) zutrifft, also „modisch“ ist. *Praktischer Konformismus paart sich mit Originalitätsgefühl*. Es handelt sich um *illusionäre Originalität*, um gefahrlose Kritik, um ein Aufbegehren, mit dem man heldenhaft alle offenen Türen einrennt – eigentlich aus individueller Befindlichkeitsperspektive eine optimale Situation.

Zweitens kann es sich um ein *Vorteilskalkül*, um die Sicherung der eigenen Interessenlage, handeln. Wenn viele Leute die Sache X gut finden und man mehr oder minder auf deren Urteil oder Kooperation angewiesen ist, liegt es nahe, die Sache X auch gut zu finden – es muss sich dabei nicht um schlichte Lüge handeln, schließlich sind die Menschen relativ geschickt darin, sich von der moralischen Richtigkeit von Prinzipien zu überzeugen, die ihnen vorteilhaft sind. Aktivitäten, die Erfolg haben, werden nachgeahmt, *weil* sie Erfolg haben, weil sie Geld einspielen können. Das ist Nutzenmaximierung. Beim Großteil erfolgbringender Produktinnovationen handelt es sich in Wahrheit auch um Imitationen, oberflächliche Umgestaltungen, die den „Zeitgeist“ erspüren – also „Mode“; aber auch diese müssen für die Adressaten in eine „Notwendigkeit“ transformiert werden, auf dass diese kaufwillig werden. – *Multiple Moden* (bestimmte Cluster, die nebeneinander bestehen, besonders in einer pluralistisch-chaotischen Gesellschaft) gibt es nicht nur in der „echten“ Mode, im Bereich der Wissenschaft nennt man ein solches Ereignis akademische *Schulenburg*. Wenn es zu einer solchen Schulenburg kommt, besteht eine gewisse Tendenz, dass die Mitglieder einer solchen Schule einander nicht nur wechselseitige Hilfestellung bei der akademischen Karriere leisten²⁹, sie wird auch stärkere Abgrenzungsbemühungen in Gang setzen; es kommt zu einer Pointierung, oft Übertreibung des eigenen Paradigmas. Sie müssen das Paradigma verteidigen, die Unterschiede herausarbeiten, die Besonderheit betonen – das fördert das eigene Image und das „Aufspringen“ weiterer Gruppenmitglieder. Einflussreiche Wissenschaftler streben allenfalls nach Dienerschaft, haben also offene Arme für die „Jünger“; und

29 Interessant sind solche Phänomene natürlich bei jenen (philosophischen oder sozialwissenschaftlichen) Disziplinen, deren Vertreter es als ihre akademische Verpflichtung ansehen, gegen Packelei, Pfründentum und Protektion im politischen Leben aufzutreten, während sie keine Bedenken haben, dieselben Methoden in den eigenen akademischen Angelegenheiten zur Anwendung zu bringen. Während aus der gesicherten akademischen Welt den Politikern üblicherweise eigensüchtige, ja unanständige Ziele unterstellt werden, geht es bei den eigenen Angelegenheiten jeweils um die „reine Wahrheit“ und deren Durchsetzung – und in Wahrheit sind Haltungen und Ziele, aber auch Methoden gar nicht so verschieden.



die Jüngeren halten es für besser, die „Systemtheorie“ gut zu finden, wenn der Chef sie gut findet.³⁰ Es handelt sich wohl auch um eine Wirkkraft, die in Thomas Kuhns „Paradigmenwechsel“ eine Rolle spielt.³¹

Drittens lässt sich die *Unsicherheitsminimierung* anführen, insbesondere in einer spätmodernen, liquiden Gesellschaft. Man muss Entscheidungen treffen, hat aber zu wenig Informationen und keine Entscheidungskriterien. Wenn man beobachtet, wie die Personen rechts und links von einem selbst entscheiden, sieht man, *dass* sie entscheiden – und ist sich nicht sicher, ob sie ebenfalls auf jenem dünnen Eis wandeln, auf dem man sich selbst befindet, also keinerlei Einschätzung der Richtigkeit ihrer Entscheidung haben, oder ob sie nicht doch irgendwelche Informationen besitzen, welche die von ihnen gewählte Entscheidung als vorteilhaft erscheinen lassen. Man kann also vermuten, angesichts des eigenen Informationsdefizits eher auf der sicheren Seite zu sein, wenn man das Verhalten der anderen imitiert. Es handelt sich um Moden, die wir auf Börsen finden, im Goldhandel, beim Aktienkauf. Einige relevante Personen beginnen, die Aktien X zu kaufen – und andere vermuten, dass sie am Ende über Insiderwissen verfügen; wenn dies nicht völlig unplausibel ist, macht man eben ein bisschen mit. Im Bereich wissenschaftlicher Erkenntnis ist ein solches Verhalten Teil des ganz normalen Spiels, denn die Peers sind schließlich der entscheidende Regelmechanismus: Der Blick zur Seite ist gewissermaßen institutionalisiert. Wenn sich in der (akademischen) Nachbarschaft etliche Menschen, die nicht ganz unintelligent sind, mit einer Theorie Y zu beschäftigen beginnen, könnte es sich empfehlen, auch ein paar kleinere, zumindest versuchsweise Investitionen in diese Theorie Y zu tätigen.³²

- 30 Wenn sich einige mit einem Thema beschäftigen, kann es einen plötzlichen „Rush“ geben zu einer bestimmten Methode oder einer bestimmten Perspektive. Die meisten Wissenschaftler haben ähnliche Präferenzen wie andere Leute auch, sie wollen ihre Jobs behalten, Karriere machen, angesehen sein; viele von ihnen haben freilich ein besonderes Interesse an Ideen, und sie nehmen einige andere Nachteile in Kauf, um sich mit Ideen beschäftigen zu können. Einige mögen auch die Verbesserung der Welt im Auge haben, als Privatmenschen, aber auch als Wissenschaftler. Angesichts der üblichen Geldströme sind konventionelle Ideen über Regulierungs- und Selbststeuerungsmechanismen, die auf Zahlungsbereitschaft beruhen, nicht realistisch. Zuweilen werden aus einer Reihe von (guten und schlechten) Gründen, denen in diesem Zusammenhang nicht nachgegangen werden kann, herkömmliche Marktmechanismen bewusst ausgeschaltet, wie etwa durch ein Tenure-System.
- 31 Thomas S. Kuhn: Die Struktur wissenschaftlicher Revolutionen. Aus dem Amerikanischen von Kurt Simon. Frankfurt am Main: Suhrkamp 1973. (= suhrkamp taschenbuch wissenschaft. 25.)
- 32 Während zuweilen angenommen wird, dass in den meisten wissenschaftlichen Disziplinen eine Art von „Weltmarkt“ (der Ideen) bestehe, lehrt ein genauerer Blick auf Unterschiede, dass geistige Modeerscheinungen auf Länder beschränkt sein können. So hat etwa die *ökonomische Analyse des Rechts* eine Zeitlang einen rasanten Aufstieg in den Vereinigten Staaten vollzogen, teilweise auch in den Niederlanden, aber in die deutschsprachige Rechtswissenschaft ist der Ansatz kaum vorgedrungen. Die Erkenntnisse der *Verhaltensökonomie* haben sich in den letzten Jahren hingegen überall recht rasch verbreitet. – Die beiden Beispiele sind auch deshalb interessant, weil die öffentliche Resonanz der Wissenschaft ganz unterschiedlich sein kann: Während die verhaltensökonomischen Experimente auf interessierte Aufnahme stoßen, gibt es ein hohes Ausmaß an Unverständnis und Widerwillen gegen die

Ein interessanter Bereich, für den öfters modische Entwicklungen festgestellt werden, ist jener der *Managementlehren*. Im Bereich des Managements steigen die Unwägbarkeiten und Komplexitäten, so dass ein Manager jüngst geäußert hat, dass man in dieser Funktion immer schon mit einem Bein im Gefängnis steht – jedenfalls im Krisenfall. Wenn aber alle Entscheidungskriterien fehlen und man dennoch entscheiden muss, fährt man besser damit, sich so zu verhalten wie die anderen – denn im Falle, dass die Sache schiefgeht, kann man zur Entschuldigung immer darauf verweisen, dass dies eben Stand des Wissens, Stand der Managementlehre und Ratschlag der beigezogenen Consultingfirma gewesen sei. Wenn man jedoch eine abweichende Entscheidung trifft, wird ein Misserfolg in jedem Fall auf diese Entscheidung zurückgeführt, und allenfalls ist man persönlich gefährdet, wenn die Entscheidung, die doch allen „gängigen Spielregeln“ widersprochen hat (weil die anderen anderes tun), als Ausdruck von Leichtsinn oder Inkompetenz interpretiert werden kann. Man kann nicht nur die Position verlieren, sondern auch haftbar werden. *Mode schafft Sicherheit*. Und rechnet sich für die Consultingfirmen. Diese müssen dauernd etwas Neues anzubieten haben: *Lean production, zero base budgeting, value chain, reengineering, change management, quality circles, total quality management, intrapreneuring, business process reengineering, stakeholder analysis, empowerment, learning organization, de-learning organization, one minute managing, corporate culture, balanced scorecard* u. s. w. Deshalb sind Modeerscheinungen im Managementbereich und im Consulting-Bereich recht durchsetzungsfähig, und ständige „Nachlieferungen“ bleiben nicht aus, allein schon deswegen, weil die Consultingfirmen immer neue „Wissensbestände“ verkaufen müssen.³³

Viertens kann es sich schlicht um *Entertainment* handeln. Die alte Sache ist langweilig geworden, die neue Sache ist irgendwie interessant, spannend, unterhaltsam, sie bietet neuen *thrill*. Schließlich ist die Spätmoderne eine Entertainment-Gesellschaft. Das Neue ist lustiger, eine Abwechslung. Das führt zum ersten der in der Folge betrachteten vier Mechanismen.

ökonomische Analyse des Rechts, auch unter Juristen, vor allem aber in einer Öffentlichkeit, die den rechtlichen Bereich als einen ansieht, in dem es (angeblich) um „Gerechtigkeit“ geht, was für einfache Geister ökonomische Überlegungen ausschließt.

- 33 Zu einem Interview mit Alfred Kieser schreibt *Die Welt*: „Um die Aufmerksamkeit der Manager zu bekommen, sorgen die Consultants für einen nicht endenden Strom neuer Bücher: Für einen Berater ist sein Buch kein schöngeistiges Produkt zur Teilnahme am intellektuellen Diskurs, sondern ein Instrument, um neue Kunden zu gewinnen: Das Buch strahlt Wert aus, es schafft Aufmerksamkeit und sorgt oft dafür, dass sein Autor zu Kongressen und Seminaren eingeladen wird. Das Vermarktungsmedium Buch ist für die Branche inzwischen so interessant, dass die meisten der populären Wirtschaftsbücher inzwischen aus der Feder von Beratern und ihren Ghostwritern kommen, stellte Kieser fest.“ Axel Gloger: „Management-Moden nur eine Marketinglist“. BWL-Professor Alfred Kieser über die Tricks der Unternehmensberater – Doch deren Rat ist bei Managern gefragt. In: *Die Welt* vom 7. Februar 2000: <http://www.welt.de/print-welt/article500885/Management-Moden-nur-eine-Marketinglist.html> [2015-12-23].



Die Mode in einer Aufmerksamkeitsökonomie

Aufmerksamkeitsökonomie³⁴ als makrosoziologischer Befund bedeutet, dass sich die Gesellschaft als Ganze weniger an der Normalität, am Durchschnitt, orientiert, an der Integration durch Werte, wie es noch Talcott Parsons angenommen hat, sondern an der „Auffälligkeit“. Kommunikationsgesellschaft, Informationsgesellschaft, Mediengesellschaft – niemals zuvor hat es so viele Informationen gegeben, die über technische Systeme übertragen werden, damit aber auch niemals zuvor so viele laute, intensive, eindringliche, sensationelle Systeme: Getöse; Eskalation; Intensivierung; permanente Überlastung für die Rezipienten; eine populärkulturelle *Sensationsgesellschaft*, die auf Diskontinuitäten und Auffälligkeiten programmiert ist. Wenn sich Spielregeln im Bewusstsein festgesetzt haben, denen zufolge die Kommunikation für andere, deren Wahrnehmung und Einschätzung dieser Signale sowie die Rückwirkung dieser Wahrnehmung auf die eigene Persönlichkeit und Identität das eigentliche Spiel der spätmodernen Gesellschaft ausmacht, entsteht ein Wettbewerb mit eigentümlicher Dynamik. Die Gesellschaft wird immer „lauter“, denn jedes Signal versucht die anderen zu übertönen. Je stärker der allgemeine Lärm ist, desto lauter muss man im *Überbietungswettbewerb* brüllen (akustisch, visuell, sensationell, originell, skandalisierend), um überhaupt noch aufzufallen, durchzudringen, nicht unterzugehen. Das wiederum bewirkt einen Abstumpfungsmechanismus, einen Sättigungseffekt³⁵, dessen Überwindung wiederum eine Verstärkung der Aufmerksamkeitssignale zur Folge hat.³⁶ Einige weitere Charakteristika seien angeführt.

Anspruchslosigkeit: Der Blick auf breite Akzeptanz ist erforderlich, wenn man (in einer wohlhabenden Gesellschaft) die Märkte ausdehnen und *economies of scale* nutzen möchte³⁷; dann darf es keine Ästhetik von Teilen der Oberschicht oder kleineren

34 Georg Franck: *Ökonomie der Aufmerksamkeit*. Ein Entwurf. 3. Aufl. München; Wien: Hanser 1998. (= Edition Akzente.)

35 Manfred Prisching: *Die zweidimensionale Gesellschaft*. Ein Essay zur neokonsumistischen Geisteshaltung. 2. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag 2009.

36 Es kann auch Differenzen in den Aufmerksamkeitschancen geben: Wer drinnen ist in dem System, ist drinnen, so etwa jene Prominenz, die keine Begründung mehr für Aufmerksamkeitsheischung liefern muss, sondern die durch selbstverstärkende Effekte als Prominenz erzeugt wird: Wer prominent ist, ist deshalb prominent, weil ihn die anderen für prominent halten; er/sie wird deshalb bei jedem Event interviewt und dadurch noch prominenter. Der heiß ersehnte Lorbeer der Berühmtheit verdankt sich in der Spätmoderne nur ausnahmsweise einer regulären Leistung, schreibt Thomas Macho. „Ob jemand ein Zuhälter ist oder ein Künstler, ein Mafiaboss oder ein Arzt, ein Sektengründer oder ein Rechtsanwalt macht womöglich weder auf dem Bankkonto noch im Fernsehstudio irgend einen Unterschied. Prominenz ist wertneutral und amoralisch.“ Thomas Macho: *Vorbilder*. München: Fink 2011, S. 219. Wichtiger als Leistung oder Kompetenz ist der Bekanntheitsgrad, in der Politik und in den Massenmedien. Der Imperativ: „ein Maximum an Aufmerksamkeit erzielen“ lässt sich auf jede Tätigkeit und auf jedes Produkt anwenden.

37 Es gibt gute Gründe anzunehmen, dass in dieser Gesellschaft die Skalenerträge zunehmen (d. h. dass die Kosten verhältnismäßig sinken, je mehr man produziert). In vielen Bereichen des Informationswesens ist ja genau das sogar ein Problem – denn die Nutzung, zunehmend auch die Verbreitung vorhandener Information ist tendenziell kostenlos.

Teilen der Mittelschicht sein, mit der man operiert (nur dann, wenn man spezifische Nischen bedienen will), sondern es muss sich um attraktive Signale handeln, die auch von Unbedarften verstanden werden. Deshalb werden die klassischen ästhetischen Ansprüche von Anmut, Einfachheit, Klarheit und Würde ersetzt: durch das Laute und Witzige, durch Sensationsstärke und Distanzverlust. Pop und Werbung werden ununterscheidbar. Gesicherte politische Aufmerksamkeit gewinnt man beispielsweise dadurch, dass man sich – wie die Femen – auszieht. (In der Logik der Massenmedien ist es zwingend, ein Foto der Barbusigkeit zu veröffentlichen, und damit wird – zumindest am Rande – auch das Anliegen thematisierbar, das anders aus der Sicht der Medien keinen News-Wert hätte. Das Problem: Auch diese Mode nutzt sich ab.)

Pendelschwung: Wenn die These von der Aufmerksamkeitsökonomie stimmt, wenn wir aber zugleich in Rechnung stellen, dass das Repertoire des wirklich Neuen begrenzt ist, liegt es nahe, dass es Rückgriffe gibt, d.h. Pendelschwünge zwischen wenigen Polen. Auch die Popmoderne und die Postmoderne können nicht nur als „neues Phänomen“ angesehen werden, sondern in Absetzung von den Design- und Schönheitskriterien der Hochmoderne als Rückgriff auf Mittelalter oder Barock – nicht mehr die Strenge des Purismus und Puritanismus, der Klassik oder des Bauhauses, sondern mehr Sinnlichkeit, mehr Spielerisches, mehr Farbe, mehr Sex. In der Sozialwissenschaft gibt es offensichtliche Pendelschläge: Einmal werden die Strukturen betont, dann steht wieder das Handeln der Individuen im Vordergrund. In der Politikwissenschaft sind es dann einmal soziale Strukturen, dann wieder werden politische Akteure stärker ins Spiel gebracht: „bringing man back in“. In der Geschichtswissenschaft wird als Neuheit verkündet, dass man einmal den Determinanten der Sozialgeschichte mehr Aufmerksamkeit zu schenken habe, und alle machen mit; dann wieder kommt der Backlash, demzufolge doch die Politiker als Akteure relevant seien.

Infantilismus: „Viele Menschen haben Angst. Sie haben Angst, erwachsen zu werden“, meint der Journalist Ulf Poschardt.³⁸ Er beobachtet, dass überall in Deutschland vierköpfige Familien durch Kaufhäuser und Freizeitparks streunen und unschuldig ihre Freizeituniform tragen, Trainingsanzug, Turnschuhe und Rucksack; Mama wie Papa, Sohn wie Tochter, auch Gesichtsfarbe und Haarschnitt gleichen sich an. Das Egalitätsprinzip reißt auch geschlechts- und altersspezifische Differenzen nieder, der Stil orientiert sich an David Hasselhoff, die Kleinwagen werden zugestopft mit Plüschtieren und Wackeldackeln, drinnen sitzen Bierbäuche und Fönfrisuren und sehnen sich nach dem Kinderzimmer. „Im Milieu der Erzieherinnen und Grundschullehrerinnen hat eine Clown-Couture Einzug gehalten ... Mit bunten Filzstoffen, Kaspermützen und Bommelschuhen, irrwitzigen Ohrin-

38 Ulf Poschardt: Stil ist die letzte Rebellion. In: Kein Wille zur Macht. Dekadenz. Herausgegeben von Karl Heinz Bohrer und Kurt Scheel. Stuttgart: Klett-Cotta 2007. (= Merkur. Deutsche Zeitschrift für europäisches Denken 61 [2007], H. 700 [Sonderheft].) S. 850–859, hier S. 851.



gen und asymmetrischen Playmobilfrisuren sehen die mittelalten Damen aus wie Wachsstiftzeichnungen ihrer Kinder.³⁹ Längst ist die Stillosigkeit auch in die gebildete Mittelschicht hinaufgekrochen. (Der Stil hat weder mit Geld noch mit Verfügbarkeit zu tun, der skandinavische Purismus hatte den Willen zum Design bis hinab zu den Billigangeboten von IKEA.) Es gibt unterschiedliche Designs für den Aufmerksamkeitsgewinn.

Überlastung: Im allgemeinen Getöse verschwimmen alle Wahrnehmungen – der Durchblick entschwindet. So etwa in der Wissenschaft: Nach dem Zweiten Weltkrieg hat es Soziologentage gegeben, auf denen sechs bis acht Referate gehalten wurden, und die Teilnehmer haben in einem kleinen Hörsaal Platz gefunden. Die Soziologie-Gemeinschaft im deutschen Sprachraum war überschaubar, jeder konnte alles lesen, was in der Disziplin publiziert wurde. Heutzutage sind es Hunderte von Vorträgen, die bei einer Konferenz gehalten werden, und Hunderte von Büchern, die allein im deutschen Sprachraum erscheinen – man kann nicht einmal im engeren Themenbereich lesen, was publiziert wird; und die englischsprachige Literatur, mit ihrem noch viel größeren Volumen, kommt dazu. Um sich in dieser Szene zu etablieren, bedarf es *kräftiger Signale*. Es sind neue (oder zumindest verstärkte) Selektionsmechanismen, und diese reichen in den modischen Bereich hinein: Es ist nicht ausreichend, einfach solide Wissenschaft zu betreiben, man muss die Regeln der Aufmerksamkeitsökonomie beherrschen, wenn man nicht durch den Raster fallen will. Dazu gehört *institutionelles Wissen*: Zu welchen Konferenzen muss man fahren, mit welchen Leuten reden, in welche Netzwerke Eingang finden? Dazu gehört das passende akademische *Identitäts-Know-how*: Wie muss man den eigenen Lebenslauf bestücken, ohne welche Auslandsaufenthalte kommt man nicht aus, wie verschafft man sich Nachweise für Didaktikkompetenz u. s. w.? Man muss über die *modischen Praktiken* Bescheid wissen. Und es gehört schließlich ein Wissen um die *gängigen quasi-intellektuellen oder quasi-theoretischen Strömungen* dazu: Es hat keinen Sinn, sich um einen (ideengeschichtlich gesprochen) „toten Hund“ zu kümmern, man muss bei dem mitmachen, was in der Luft liegt, eben „modisch“ ist.⁴⁰

Modische Erscheinungen und Tipping Points

Umkip-Punkte sind jene Momente, in denen eine gegebene Situation oder eine eindeutige Entwicklung durch bestimmte Rückkopplungen oder Neuigkeiten abbricht

39 Ebenda, S. 852.

40 Man muss sich mit den einschlägigen Theorien oder Gedankengebilden ohnehin befassen, denn wenn es sich um modische Produkte handelt, dann werden diese (bei Vorträgen, Konferenzen oder Lehrveranstaltungen) behandelt, man muss also jedenfalls so viel von ihnen wissen, dass man verständige Antworten geben kann. Insofern ist eine gewisse Investition in modische Strömungen notwendig, was wiederum dazu führt, dass es sich lohnen könnte, diese Investition zu nutzen, ganz besonders dann, wenn eine dankbare Rezeption erwartet werden darf.

oder die Richtung wechselt.⁴¹ Es gibt dann nicht geradlinige, lineare, kontinuierliche Trends, sondern abrupte Veränderungen.

Bei modischen Entwicklungen gibt es ein *Schwellenproblem*. Man muss die neuen Phänomene überhaupt als solche erkennen und verstehen. Dann gibt es Vorreiter, eine *Avantgarde*. Schließlich muss sich die Zahl der *Anhänger* vermehren. Man muss entscheiden, ob es sich um eine Anomalie oder Eintagsfliege handelt oder doch um eine ernst zu nehmende Innovation oder einen unübergehbaren neuen Trend. Modische Generalisierungen folgen oft der üblichen Innovationskurve: langsamer Beginn, steiler Anstieg durch den Zuzug von Sympathisanten, dann wieder Stagnation – im Falle einer Mode dann sogar wieder der *Verfall*. Für den Aufstieg sind die Kippeffekte wichtig: Wenn sich „Potenzial“ ansammelt, dann sind viele schon immer dabei gewesen. Sie haben immer schon im Geheimen sympathisiert, sie waren immer schon verdeckte „Parteigenossen“. Die nachfolgenden Generationen werden im Kontext der Moden sozialisiert – sie können die Welt nur in dieser Form wahrnehmen bzw. interpretieren, sie weisen einen *Tunnelblick* auf, sie sehen gar nichts anderes, weil sie auf ihren eigenen Code festgelegt sind. Der Trend kann sich verfestigen. Im Falle wissenschaftlicher Erkenntnisse: Irgendwann muss entschieden werden, ob der Wissenschaftler, der mit einer „neuen“ Theorie daherkommt, ignoriert werden kann oder bewundert werden muss. Ist etwas dran? Ist er oder sie verrückt oder genial? Viele werden sich bedeckt halten, bis sich eine „starke Meinung“, allenfalls Mehrheitsmeinung, herausgebildet hat.

Die *Theorie der Schweigespirale* von Elisabeth Noelle-Neumann ist in der Medienwissenschaft bzw. der Umfrageforschung wohlbekannt.⁴² Die Bereitschaft vieler Menschen, sich öffentlich zu ihrer Meinung zu bekennen, hängt von der angenommenen Mehrheitsmeinung ab. Wenn die eigene Meinung der Mehrheitsauffassung widerspricht, wird sie weniger oft oder weniger stark geäußert; die Vertreter der Gegenmeinung fühlen sich isoliert oder befürchten ihre Isolierung, und sie verstummen. Das verstärkt den Eindruck, dass es eigentlich nur die Mehrheitsmeinung gibt, und löst Spiraleffekte aus. Neuerdings soll es diese Schweigespirale auch bei Facebook und Twitter geben. Derselbe Mechanismus führt in der umgekehrten Richtung zur erhöhten Rede- und Zeigebereitschaft. Es entsteht eine *Mode des Redens*. Zugleich entwickeln sich recht *mächtige Tabus*: Themen, über die nicht oder nur auf eine bestimmte Weise geredet werden darf – ganz analog zu den Praktiken in den letzten Jahrzehnten in kommunistischen Staaten, wo man sich (recht erfolgreich) auf die „Zensur im Kopf“ verlassen hat anstelle einer (vergleichsweise primitiven) offiziellen Zensurbehörde. Medien sind also durch ihre selektive Darstellung „mächtig“. Sie können Meinung erzeugen – oder zur Verheimlichung von Meinun-

41 Malcolm Gladwell: *Der Tipping Point*. Wie kleine Dinge Großes bewirken können. Aus dem Amerikanischen von Malte Friedrich. 4. Aufl. München: Goldmann 2002. (= Goldmann. 12780.)

42 Elisabeth Noelle-Neumann: *Öffentliche Meinung. Die Entdeckung der Schweigespirale*. Erweiterte Ausgabe. [4. Aufl.] Berlin [u. a.]: Ullstein 1996.



gen führen. Wenn beispielsweise eine populistische Partei in der veröffentlichten Meinung als indiskutabel dargestellt wird, sich also eine vorherrschende Mode des Redens über diese Partei herausbildet, haben es die Meinungsforscher schwer, denn die Befragten trauen sich nicht, dem Interviewer ihre wirkliche Meinung kundzutun, und am Wahltag, nach dem geheimen Akt in der Wahlzelle, gibt es eine Überraschung. Moden des Denkens legen fest, was man sagen muss und was man nicht sagen darf. Nur sehr „geradlinig“ denkende empirische Sozialforscher sind der Meinung, dass ihr Fragebogen das wiedergibt, was die Menschen wirklich denken.

Einen ganz anderen Bereich fassen wir bei der *Gentrifizierung* ins Auge. Stadtviertel sind modischen Entwicklungen unterworfen; die Verfallsgeschichten sind klassisch, die Aufstiegsgeschichten stammen aus den letzten Jahrzehnten. Die Gentrifizierung „schlechter“ Viertel beruht nicht auf großangelegter Planung und Sanierung (das wird nur hinterdrein behauptet), sondern auf den Explorierungsprozessen modischer Avantgarden: die Londoner Docks, die Amsterdamer Hafenanlagen, die New York Lower East Side. Wenige Jahrzehnte vorher hätte es niemand vermocht, diese wohlhabenden oder künstlerischen Leute in die umgestalteten Fabrikhallen, Dachböden und Lofts zu bringen. Nun aber werden abgewohnte, mittlerweile sanierte Häuser in seinerzeit schlechteren Stadtvierteln besiedelt, so formuliert es der Schriftsteller Stephan Wackwitz,

„von einer mit der klassischen Bohème Mimikry treibenden Bourgeoisie von jungen Internetunternehmern, Werbeleuten, Adepten der Modebranche, Programmierern, Models, Journalisten, Mädchen aus reichem Haus, geschiedenen Millionärgattinnen, Wohlstandsaussteigern und finanziell komfortabel gestellten Opfern verschiedener Identitäts- oder Midlifekrisen. Sowie den zu diesem Milieu gehörenden Dienstleistern.“⁴³

Bohème ist auch und gerade bei Wohlhabenden modern, schließlich hatte das wohlhabende Bürgertum schon immer einen Hang zur Bohème. Fernwirkungen der Bohème-Generalisierung und -Integrierung finden sich im *dressing down* oder gar im *shabby chic*, mit seiner Mischung aus Flohmarkt, Selbstgemachtem, Gerümpel – am Ende sitzt man im Café auf den zusammengeschraubten Liefer-Paletten (als der denkbar unbequemsten Sitzgelegenheit, ein wahrer Wirbelsäulen-Killer) und kommt sich beinahe schon „ausgeflippt“ vor, selbst als braver Bankbeamter.

Modismus in einer Konkurrenzsituation

Mode kann als Durchsetzungsmechanismus für Neues betrachtet werden,⁴⁴ und dabei gibt es Zufälle und Verzerrungen. Neues wird übersehen, wahrgenommenes

43 Stephan Wackwitz: „Ich stelle mich so ziemlich dar“. Hipster, Coolness und New York. In: Merkur. Deutsche Zeitschrift für europäisches Denken 65 (2011), H. 4, S. 319–327, hier S. 321.

44 *Positive* Wirkung von Modeerscheinungen: Insbesondere in der Verbreitungsphase handelt es sich auch um einen Innovationsschub für das betrachtete Feld, um die Beschleunigung der Durchsetzung von Innovationen. *Negative* Wirkung von Modeerscheinungen: die Ab-

Neues ist nicht immer neu. Es gibt nicht nur die offizielle Konkurrenz der offiziellen Märkte, sondern auch Konkurrenz in Grauzonen: *Computer-Hacking*, welches von Cyber-Kriminalität zu unterscheiden ist, ist insoweit ein modisches Phänomen, als es sich oft um eine Reputationskonkurrenz der Hacker handelt, nicht um Geldgewinn: Wer knackt die schwierigsten Systeme? *Graffiti* sind ein modisches Phänomen, und während es unter den Graffiti-Künstlern wahre Meister gibt, besteht der überwiegende Output in unbegabten Schmierereien.

Erfolg erzeugt Erfolg. Vergangene Erfolge verschaffen eine Position, in der es leichter ist, zukünftig Erfolg zu haben (weil man beispielsweise größere Ressourcen zur Verfügung gestellt bekommt). Es ist oft eine sich selbst erfüllende Prophezeiung: Die Vorhersage des Erfolges erzeugt den Erfolg. In der Wissenschaftssoziologie spricht man vom *Matthäus-Effekt*.⁴⁵ Wer schon hat, dem wird gegeben: eine (institutionelle) Bevorzugung vermuteter *Exzellenz*, die deshalb vielleicht erst Exzellenz werden kann; und zugleich eine Benachteiligung weniger „wahrnehmbarer“ Personen, Gruppen oder Theorien. Wissenschaftliche Governance folgt nicht den Geboten der Rationalität, sondern modischen Selbstverstärkungsmechanismen. Da die Welt eine interpretierte ist, gibt es keine Dinge an sich, sondern nur Dinge mit Bedeutung – und manchmal haben *Bedeutungszuschreibungen* große Spielräume im Rahmen der „wirklichen“ Bedeutung.⁴⁶

Der Erfolg hat also seine „Orte“: institutionell und personell. Es erscheint attraktiv, in der *Nähe des Erfolges* zu sein. Ausstrahlung wirkt: Was die Erfolgreichen machen, das machen die anderen nach – und es wird „modisch“. Wenn man mit einem Unternehmen von höchster Reputation in Verbindung gebracht werden kann, wenn man beispielsweise mit einem Fast-Nobelpreisträger gemeinsam in einer wissenschaftlichen Zeitschrift publizieren kann, weil man für ihn die Arbeit gemacht hat, dann ist das von Vorteil. Wenn man als Parteiführer einen Wahlkampf zu bestreiten hat, dann ist ein gemeinsames Foto mit Präsident Obama erforderlich, selbst für Politiker in kleinen europäischen Ländern. Auch alte Genie-Vorstellungen sind für das Gedeihen von Moden förderlich.

wertung bestehender Bestände (so wie im Konsum funktionsfähige Kleidungsstücke und Apparaturen weggeworfen werden, mögen auch Theorien obsolet werden, deren Leistungsfähigkeit noch lange nicht erschöpft ist).

- 45 Robert K. Merton: The Matthew Effect in Science. In: *Science* 159 (1968), S. 56–63.
- 46 Bestimmte Unterschiede in Entwicklungen und Praktiken von Natur- und Humanwissenschaften sind wohl darauf zurückzuführen, dass die Spielräume für Bedeutungszuschreibungen unterschiedlich groß sind. Während es in den Naturwissenschaften einen Kern von Erkenntnissen gibt, der auch (beispielsweise) die Beurteilung von Projekten einigermaßen einheitlich gestaltet, gibt es in den Geistes-, Sozial- und Kulturwissenschaften ein größeres Maß an Beliebigkeit – was auch Bewertungen (Gutachten oder Evaluationen) sehr häufig zu Zufallsprodukten macht. D.h. auch, dass die letzteren Wissenschaften in viel höherem Maße modischen Aufstiegen und Abstiegen ausgesetzt sind als die Naturwissenschaften.



Solche Vorstellungen schweben bei der Betrachtung von Politikern und Spitzenmanagern, Künstlern und Wissenschaftlern im Hintergrund, und wenn es in Wahrheit mit der Genialität hapert, muss man *Genialität inszenieren*; möglichst schnell bei jenen theoretischen und empirischen, praktischen oder semantischen Moden dabei sein, die sich im Aufstieg befinden; auch Fälschungsanreize kommen ins Spiel. Wenn man auf die modische Künstler-Interpretation seit dem 19. Jahrhundert zurückgreift, wie sie schon Edgar Zilsel in seinem Werk über Geniereligion beschrieben hat, dann wird dem Akteur beinahe göttliche Schöpferkraft zugeschrieben: ein ewiger Bund aller Genies, eine höhere Unsterblichkeit, die durchaus damit einhergehen kann, dass die Genies zu Lebzeiten verkannt werden – wenn sie Pech haben, werden erst posthum die Verkannten zu Stars.⁴⁷ Das ist öfter bei bildenden Künstlern als bei Politikern der Fall.

Die Konkurrenzdynamik verschärft sich in einer *Winner-take-all-Gesellschaft*: Diese Gesellschaft zeichnet sich dadurch aus, dass nur die allerersten Erfolg haben, d. h. zum Zug kommen; jene, die nur um ein Weniges hinter den ersten liegen, deren Leistung also fast ununterscheidbar ist von jener der Gewinner, bleiben die Verlierer.⁴⁸ Sie werden nicht nach ihrer Leistung belohnt, sondern erhalten gar nichts. (Das übliche Beispiel aus dem Sport ist erhellend: Ein Platz auf dem Siegerpodest, unter den ersten Drei, muss es sein; der vierte Platz ist auf längere Sicht irrelevant, man bekommt keine Werbegelder usw., obwohl es nur um Bruchteile von Sekunden, also de facto um dieselbe Leistung, gehen mag.) Auch bei einem fünften Platz im Wettbewerb um das Super-Model von morgen ist man noch ziemlich „schön“, aber das Spiel hat eben nicht funktioniert. Man ist also ganz vorne oder man ist gar nicht im Spiel – deshalb muss man wach sein, aktuelle modische Entwicklungen beim Schopf packen, zu den ersten gehören, möglicherweise sich einen Namen machen, unumgebar werden. Permanent für neue Moden Augen und Ohren offen halten. Eine solche Situation macht *Angst*, sie verschärft die *modische Dynamik* – denn wer sich verspätet, den bestraft das Leben. Also muss man noch rechtzeitig als rechtzeitig auf einen modischen Zug aufspringen.

Die Professionalisierung der Modisierung

Der Prozess der Modisierung kommt nicht nur durch individuelle Entscheidungen zustande, sehr viele Moden sind nicht *grown*, sondern *made*: Ergebnis einer *professionellen Produktion von Moden*, also nicht Ergebnis eines mehr oder minder instinktiven Massenverhaltens, sondern Ergebnis einer sehr bewussten Expertensteuerung. Im Bereich der Kleidung und ihrer Accessoires ist das offensichtlich, die

47 Edgar Zilsel: Die Geniereligion. Ein kritischer Versuch über das moderne Persönlichkeitsideal mit einer historischen Begründung. Wien; Leipzig: Braumüller 1918; vgl. auch Macho, Vorbilder.

48 Robert H. Frank und Philip J. Cook: The Winner-take-all Society. How more and more Americans compete for ever fewer and bigger prizes, encouraging economic waste, income inequality, and an impoverished cultural life. New York [u. a.]: Free Press 1995.

Modeschauen in Paris und Mailand und an wenigen anderen Orten setzen Standards, vermitteln Impulse, bringen „Mode“ hervor. Sie „definieren“, was „modisch“ ist: die Modemacher, Designer, die kreative Klasse. Alles, was auffällt oder auffallen könnte, darf nicht sich selbst überlassen werden, wenn die Chance zur Vermarktung oder Kommodifizierung besteht. Deshalb wird die Angelegenheit von Professionisten, also Design- und Marketing-Spezialisten, übernommen. Ein *potenziell trendiges Element* kann zu einem *Trend* ausgebaut werden – manches ist *modisierungsfähig* (im Sinne von: Man kann daraus einen kräftigen Trend, eine Mode, machen). Die „Manager“ hinter dem ESC-Gewinner Conchita Wurst/Thomas Neuwirth sind hochprofessionell.⁴⁹

Beispiel Regietheater: Irgendwann haben Regisseure begonnen, sich nicht als „Dienster“ eines vorhandenen Theaterstückes bzw. als Umsetzer der Absichten von dessen Autor zu verstehen, so wie ein Dirigent, sondern als „Dichter“, als schöpferische neue „Umdichter“ eines vorhandenen Theaterstückes, welches bloß noch als Spiel- und Ausgangsmaterial betrachtet wird. Bestimmte modische Ausprägungen haben sich rasch über alle Bühnen verbreitet, so beispielsweise die Verpflichtung, jeweils ein paar Nackte über die Bühne hüpfen zu lassen, oder die Gepflogenheit, dass es als originell, kreativ und kritisch empfunden wurde, in jedem Theaterstück, aus welcher Epoche oder zu welchem Thema auch immer, ein paar Horden in Nazi-Uniformen auftreten zu lassen; diese Mode scheint sich schon leicht erschöpft zu haben. Das Regietheater lebt und gedeiht, wenn auch mit weniger Publikum. Seine Originalität ist allerdings unter der Last modischer Anpassungen oft kaum ersichtlich. 2014 hat Laurenz Lütteken in der *Neuen Zürcher Zeitung* über die „Oper der Beliebigkeiten“ (und ihre Fixierung auf Nacktheit, Blutausch und Körpersäfte) geschrieben; sein Rundblick: *Rheingold* spielt auf den Ölfeldern Kaliforniens, in einer Umweltkatastrophe, in einer Geisterbahn; *Figaro* im Personalraum oder auf einer Fashion-Show, *Carmen* im Zeitalter globaler Migration, *Manon* auf dem Flughafen, *Rigoletto* auf dem Planet der Affen, *Rinaldo* in der Hotelhalle, die *Zauberflöte* in der Pflegestation, *Tannhäuser* in der Biogasanlage⁵⁰. Seinerzeit habe das Moderne-Vokabular noch einen Sinn gehabt, mittlerweile sei das „Verstörende“, „Provozierende“ und „Bestürzende“ bloß noch abgestanden – und die „Aktualisierungsnotwendigkeit“ der Regisseure erreiche gerade einmal den Subtilitätsgrad von Unterstufenschülern.

Beispiel akademischer Newspeak: Im akademischen Leben sprießen die Professionisten der erforderlichen Drittmittelbeschaffung: Kurse, Consulter, Marketing-Büros. Sie wissen, was in einem *Projektantrag* vorkommen muss, sie kennen das notwendige Vokabular. Was immer im Projekt auch beabsichtigt ist, man braucht: Netzwerke; Internationalisierung; Interdisziplinarität oder noch besser Transdisziplinarität; die

49 Vgl. dazu den Beitrag von Saskia Jaszoltowski: Über Verbrauch von Trends in der Popmusik – Der Eurovision Song Contest wird 60 in diesem Heft.

50 Laurenz Lütteken: Auswüchse des Regietheaters. Oper der Beliebigkeiten. In: Neue Zürcher Zeitung vom 24. September 2014: <http://www.nzz.ch/feuilleton/buehne/oper-der-beliebigkeiten-1.18389397> [2015-12-23].



Förderung von Nachwuchswissenschaftlern und Frauen; man will mit dem Projekt zur internationalen Exzellenz vorstoßen, einen nachhaltigen Forschungsbereich aufbauen, die Ergebnisse in Zusammenarbeit mit einem Wirtschaftsbetrieb verwerten; es sind klare Milestones vorgesehen, am Ende auch eine Dissemination der Ergebnisse; das Projekt wird den Standort stärken sowie die Reputation der Universität in ungeahnte Höhen führen, sofern die ohnehin weltweit bewunderte Organisation überhaupt noch in höhere Höhen zu führen ist. Und so weiter. – Wissenschaftler sind eifrig am Werke, den Jargon zu lernen, aber die Zuarbeit einer einschlägigen Profession, für die sich ein expansiver Markt entwickelt hat, bringt Projektanträge auf ein neues Niveau; freilich nur für jene (bereits als Forschungseinheit professionalisierten) größeren Forschungseinheiten, die sich eine solche professionalisierte Zuarbeit leisten können. Alles, was der Mode nicht entspricht, fällt hinaus. – Der wissenschaftliche Modemechanismus wirkt noch in eine andere Richtung: Wenn er besagt, dass sich jede Wissenschaft durch *Massen-Marketing* rechtfertigen muss, entsteht ein Marketingdruck, der aber nicht direkt (durch Schilderung der Leistungen der Institution) getragen werden kann, weil viele Leistungen nicht übersetzbar oder plausibilisierbar sind. Vielmehr muss man sich auf medial vermittelbare und massenverstehbare Sekundäraktivitäten stützen, also Aktionen wie „Philosophie in der Volksschule“ und „Ökonomie im Beisel“, Wissenschafts-Shows und Aktualitätstalks, Quizzes und Science-Dating, Kultur-Events und andere Actions. Es müssen Signale sein, die ohne Vorbedingungen für alle verständlich sind – es entwickelt sich eine Art von „conspicuous science“.⁵¹

Es ist nicht einfach, in einer Luxusgesellschaft, in der im Grunde alles vorhanden ist oder schon vorhanden war, attraktive neue Impulse zu konstruieren. Bei der Mode bedient man sich deshalb aus *allen kulturellen Ressourcen der Welt*, ja sogar aus einer *Alltags- oder Straßenkultur*. Jede Auffälligkeit lässt sich steigern, inszenieren, zu einer Mode machen. Man muss bloß die potenzielle Trendigkeit erkennen. Auch wenn *anything goes* Kennzeichen einer spätmodernen Gesellschaft ist, muss dies höchst professionell gestaltet sein. So wie in der Architektur alle Kulturepochen gleichzeitig zitiert werden, so wie in der Kulturwissenschaft fast alles geht, so können wir es in der Mode am deutlichsten beobachten: *Hybridisierung, Morphing, Fusion*. Da dringen die Sportschuhe bis zum festlichen Dinner vor, da werden unvereinbare Stoffe und Farben mit Vorliebe kombiniert. T-Shirts bekommen Rüschen. Lady Gaga behängt sich mit rohen Fleischstücken. (Da war man am französischen Hof seinerzeit – mit dem Gemüse in der Perücke – noch zurückhaltender.) So geht auch

51 Die Formulierung spielt natürlich auf Veblens „conspicuous consumption“ an (Thorstein Veblen: *Theorie der feinen Leute. Eine ökonomische Untersuchung der Institutionen.* [1899.] Aus dem Amerikanischen von Suzanne Heintz und Peter von Haselberg. Köln: Kiepenheuer & Witsch [1958]). Es handelt sich um Konsumaktivitäten, die nur demonstrativen Charakter tragen, also den anderen zum Reputationsgewinn vorgeführt werden. In gleicher Weise sind entsprechende Aktivitäten der Universitäten zu werten – und man muss hinzufügen, dass diese gar keine andere Chance haben, als in Anbetracht der Logik des Feldes, auf dem sie sich befinden, dieses Spiel zu spielen. Es ist nicht zu verwechseln mit *public science*.

in der Wissenschaft die *cultural theory* mit der New Yorker Börse zusammen, die Metaphysik mit der Geldtheorie, Carl Schmitt mit Karl Marx, Gramsci mit Luhmann. (Mit Luhmann lässt sich ohnehin alles kombinieren.) Und es gibt nichts, was unwichtig genug oder zu skurril wäre, dass sich nicht ein GSK-Wissenschaftler⁵² fände, der damit seinen Claim abzustecken und abzuschotten sucht.

In einer medifizierten Gesellschaft, in der neuen elektronischen Welt fließt alles zusammen, und eine Szene von Prominenten und Stars fungiert als *Trendsetter*. *Modisierung* ist eine professionelle Aktivität, und auch die Produzenten modischer Trends, wie etwa Designer, leben von jenem rascheren Rhythmus, der spätmodernen modischen Trends inhärent ist. Um Innovationen rasch durchzusetzen bzw. Marktanteile zu erobern, gehört die *Produktion modischer Hypes* zum Geschäft. Erfolg muss möglichst rasch imitiert werden. In einem Artikel der *Welt am Sonntag* hieß es:

„Hype! Das Phänomen ist bekannt aus der New Economy. Doch die Wucht wird größer. Denn die Globalisierung synchronisiert Trends. Das Internet bündelt die Wirkung, indem es Zugang zu Informationen öffnet, ihre Deutung aber auf die Top-Ten-Treffer der Suchmaschinen verengt. Die freiwillige Unterwerfung unter Trends und modische Thesen verdrängt die Entwicklung eines eigenen Stils, einer eigenen Haltung.“⁵³

Zu den modischen Entwicklungen im Fernsehen gehört beispielsweise der enorme Aufstieg von Krimi-Serien; nicht nur der heimische *Tatort*, *Der Alte*, *Der Bulle von Tölz*, *Kommissar Rex*, die *SOKOs* oder die *Autobahnpolizei*, sondern die unendliche Serienproduktion von *CSI* aus verschiedenen Städten, *Criminal Minds*, *Numbers*, *Bones*, *Broadchurch*, *Law & Order*, *Monk*, *Rizzoli & Isles* und viele andere. Interessant sind die Diffusionseffekte in den literarischen Bereich: Jeder Provinz-Schriftsteller versucht sich neuerdings mit *Kriminalromanen*, die weit mehr Geld einspielen können als jede andere Literatur. Im Kino gibt es seit jeher verschiedene Stränge, eher modisch und neu ist die offizielle, legitimierte (d. h. notdürftig als künstlerisch dekorierte) „offizielle“ Pornographie: *shades of grey*, *Nymphomaniac* u. s. w.⁵⁴

52 Die Abkürzung GSK hat sich als Sammelformel für die Geistes-, Sozial- und Kulturwissenschaften eingebürgert.

53 Romanus Otte: Hype! Die Blödheit der Schwarmfische. In: *Welt am Sonntag* vom 12. Oktober 2008: http://www.welt.de/wams_print/article2564435/Hype-Die-Blödheit-der-Schwarmfische.html [2015-12-23].

54 In diesem Fall hat, wie auch andernorts, eine Umwertung stattgefunden. Schließlich kommen wir aus einer früheren Gesellschaft, in der Sexualität der Erfüllung ehelicher Pflichten und im weiteren der Fortpflanzung dienen sollte; Lust und Leidenschaft konnte allenfalls ein „Nebeneffekt“ sein. Mittlerweile – und gerade in aktuellen Kinofilmen – hat sich die Bewertung umgedreht: Sexualität *must* Lustmöglichkeiten ausschöpfen, alles andere ist verklemmt, entfremdet, ungesund. Lustmaximierung ist Pflichtprogramm. In diesem Kontext ist auch Pornographie nicht nur (über das Internet) massenzugänglich geworden, sie wurde auch kulturell „aufgewertet“ und von anderen sozialen Geboten entkoppelt.



Zuweilen kann man die harte professionelle Erarbeitung eines modischen Hype beobachten. Derzeit wird beispielsweise an der Verbreitung *mobiler Zahlungssysteme* gearbeitet: Near Field Communication, berührungslose Bezahlung, problemlose Zahlungsausweitung auf kleine Beträge, für die man bislang noch nicht die Bankkarte oder Kreditkarte zücken wollte. Da muss es „cool“ werden, mit der Karte nur so über das Terminal zu flattern und schon bezahlt zu haben – man muss die Option „modisieren“. Aber einen Schritt „cooler“ wird es noch, wenn man die Karte gar nicht mehr benötigt, sondern mit dem Smartphone an der Kasse vorbei fährt. Man muss den Menschen die Großartigkeit des neuen Systems beibringen, welches sie in Zukunft kontrollieren wird. Mode hin oder her – man braucht gute Marketingfachleute, um die Option zu einer Attraktivität zu machen. Denn in wenigen Jahren, sagen die Experten, soll das Geld überhaupt abgeschafft werden. Bargeld sieht dann verdächtig nach Geldwäsche oder nach einer anderen Illegalität aus. Das geht nicht ohne modischen Hype, und dieser muss die Dinge umdefinieren: Bargeldlosigkeit bedeutet nicht Überwachtheit, sondern Autonomie. Modische Impulse sind mächtige Kräfte, und man kann damit allerhand machen.

Das Modische. Zu Entstehungsbedingungen und Funktionen einer bestimmten Art von Konformismus

Von Karl Acham

Das als „modisch“ im engeren Sinn Bezeichnete, die Kleidung, ist durch kurzfristige Wandlungsprozesse charakterisiert und steht dem allgemeinen Verständnis nach im Gegensatz zu den Prinzipien der Dauer und der Beständigkeit, durch welche man die traditionellen Trachten bestimmt sieht. Aber wie ist es dann beispielsweise um die Sinnhaftigkeit der Rede von „Trachtenmode“ bestellt? Und wie sehr sind die mit der Kleidermode verbundenen Begleitvorstellungen des Modischen für andere Bereiche des Lebens charakteristisch?

I. Tracht, Tradition und Trachtenmode

Wie der deutsche Volkskundler und Germanist Hermann Bausinger in einem seiner anregenden Aufsätze zu Fragen der Mode¹ ausführt, ziehen sich Sittenpredigten gegen die Mode durch die Jahrhunderte, wobei fast immer ganz bestimmte zeitgenössische Moden zum Gegenstand der Kritik gemacht wurden. Als positiver Leitbegriff in all diesen Abhandlungen sei der Mode als etwas Fremdem, Willkürlichem, Verrücktem und jedenfalls „Künstlichem“ das „Natürliche“ entgegengestellt, aber zugleich übersehen worden, dass das Gefühl der Natürlichkeit, ja der Begriff der Natur selbst, konfektioniert ist und den Einwirkungen der Mode unterliegt.

„Vor allem aber wäre es falsch, den Gegensatz zwischen Tracht und Mode bis in die Gegenwart fortzuschreiben [...]. Tracht ist gerade nicht mehr das selbstverständlich Tradierte – diese Selbstverständlichkeit und insoweit ‚Natürlichkeit‘ kommt eher der modischen Kleidung zu; Tracht dagegen ist etwas ganz bewusst Gepflegtes, das einen bestimmten Stellenwert im Kulturgefüge hat.“²

Trachten entwickelten sich innerhalb bestimmter ethnischer Verbände und gesellschaftlicher Schichten und unterlagen den Kleiderordnungen, welche die soziale Distinktion innerhalb eines Herrschaftsverbandes – einer Stadt, einer Grafschaft, eines Fürstentums oder sogar einer Nation – sicherstellen sollten. So heißt es etwa in der Kleiderordnung der Stadt Kiel aus dem Jahre 1417:

„Keine Frau darf gekrauste Tücher tragen und nicht mehr als zwei Mäntel haben, die mit Pelzwerk gefüttert sind, und darf auch keinerlei Geschmeide mit teurem Gestein und Perlen an allen ihren Kleidern tragen, wenn ihr Mann an die Stadt nicht mindestens 400 Mark Silber zu versteuern hat. Wenn eine Frau

1 Hermann Bausinger: Zu den Funktionen der Mode. In: Schweizerisches Archiv für Volkskunde/Archives suisses des traditions populaires Bd. 68–69 (1972–1973), S. 22–32. Auch unter: <https://publikationen.uni-tuebingen.de/xmlui/handle/10900/47650> [2015-10-28].

2 Ebenda, S. 24.





dessen überführt wird, so sollte das der Stadt mit 10 Mark Silber gebessert werden. Dieselbe Strafe trifft den Übertreter der weiteren Bestimmungen: Wenn der Mann der Stadt für mindestens 200 Mark Steuern zahlt, so darf seine Frau eine lötige (rein, ungemischt) Mark Silber an allen ihren Kleidern tragen. Die Jungfrauen sollen es in derselben Weise halten [...]. Wenn der Mann der Stadt zwar Steuern zahlt, aber nicht für 100 Mark, so darf seine Frau keinerlei Geschmeide tragen. Insbesondere darf keine Bürgersfrau Pelzwerk oder Seide unten an ihren Kleidern tragen“.³

Entsprechendes galt – mit wesentlich weiterer Verbreitung und ungleich längerer Wirksamkeit – für die byzantinische Kleiderordnung. In Byzanz, das ein Staatsmonopol auf eigene Seidenproduktion besaß, wurden kostbarste Stoffe hergestellt, die den Herrschern und – entsprechend abgestuft – auch dem Adel und den kirchlichen Würdenträgern vorbehalten waren. Die Art der Gewänder nach byzantinischem Vorbild wurde stilbildend für die Feudalität des europäischen Mittelalters und findet sich noch heute in den liturgischen Roben, aber auch in den Talaren der Höchstrichter sowie der Dekane und Rektoren an den Universitäten.

Doch diese durch Kleiderordnungen verbürgten Trachten sind keineswegs nur eine Sache des Feudalismus. Max Weber schilderte, ähnlich wie bereits Alexis de Tocqueville zuvor, wie man sich in den USA, wollte man in dieser Demokratie – in welcher Stellung auch immer – als vollwertig gelten, verschiedenen Konventionen der bürgerlichen *society* fügen musste, „einschließlich der sehr strengen Herrenmode“, und wie es nötig war, „in eine der als ausreichend legitimiert anerkannten Sekten, Clubs oder Gesellschaften *gleichviel* welcher Art hineinballotiert zu werden und sich darin, durch *Bewährung* als Gentleman, zu behaupten“.⁴ Noch in dem egalitären System von Mao Zedongs China gab es je nach gesellschaftlichem Verband verschiedene Uniformfarben – Blau für Bauern und Arbeiter, Olivgrün für Militärangehörige, Silbergrau für Parteifunktionäre –, aber darüber hinaus auch vergleichsweise unauffällige, funktionspezifische Distinktionen. Doch gerade die im Namen des Gleichheitsideals⁵ verordnete allgemeine Schlichtheit förderte die Wahrnehmbarkeit des Unauffälligen. In allen diesen Fällen – gleichgültig ob im Feudalismus, in der bürgerlichen oder in der sozialistischen Demokratie – geht es um so etwas wie die Herstellung konformer Exklusivität, oder besser gesagt: von Konformität nach „innen“ und Exklusivität nach „außen“.

3 Zitiert nach Karl Martin Bolte, Dieter Kappe und Friedhelm Neidhardt: Soziale Ungleichheit. 3., vollständig neu bearb. Aufl. Opladen: Leske + Budrich 1974. (= Beiträge zur Sozialkunde. Veröffentlichung der Hochschule für Wirtschaft und Politik, Hamburg. Beiträge zur Sozialkunde / B.) S. 5.

4 Max Weber: Gesammelte Aufsätze zur Religionssoziologie. Bd. 1. [ED Tübingen: Mohr 1920.] 6. Aufl. Tübingen: Mohr (Siebeck) 1972, S. 216.

5 Man weiß, in welchem Maße die Freiheit, sich nach eigenen Vorstellungen zu kleiden, zu frisieren und zu schminken, zur Sehnsucht der chinesischen Bevölkerung geworden war, als nach dem Ende der Kulturrevolution die harten Gesetze und Verordnungen des asketisch-egalitären Sozialismus zurückgenommen wurden.

II. Der Aufstieg der Mode und das Modische

Wie ist es nun um den Aufstieg der Mode bestellt, mit deren Begriff doch im Unterschied zur Tracht das Bedeutungselement einer verhältnismäßig kurzfristigen Geltung einhergeht? Zweifellos lebte bis ins 19. Jahrhundert hinein der größte Teil der europäischen Bevölkerung nicht unter dem permanenten Diktat von Moden. Doch mit dem Aufstieg des Bürgertums und der zwischen den sozialen Schichten zunehmend kompetitiver werdenden Beziehungen sollte sich dies in Europa, vor allem nach den revolutionären Ereignissen des Jahres 1848, ändern. So wie das Bürgertum die Adligen, so suchten Teile der unteren Schichten der Bevölkerung das Bürgertum hinsichtlich der Kleidung, aber auch anderer Komponenten der Lebensführung zu imitieren. Diesem Imitationswillen entsprach ein erhöhter Distinktionsbedarf der Imitierten. Doch die Beschleunigung dieses Wandels delegitimierte die ehemals bestehende symbolisch aufgefasste Konstanz des Kleidungsstücks und die mit der Vorstellung von Dauer und Einzigartigkeit verbundene Dignität seines Trägers. Daher sollte sich auch in der Folge im Tragen von Kleidungsstücken nach und nach eine persönlich-expressive Orientierung Ausdruck verschaffen, so dass Kleidungsstücke eher eine Sache von Geschmacksfragen wurden als von Statuszuschreibungen.

Wo der Geschmack gegenüber der Sicherung der ständischen Kleidersymbolik an Bedeutung gewann und Fragen des Standesethos zunehmend solchen nach dem Erfolg in einer demokratisch verfassten Erwerbsgesellschaft wichen, kam jenen psychodynamischen Mechanismen erhöhte Bedeutung zu, die Charles Horton Cooley in seinem Buch *Human Nature and the Social Order* (1902) dargelegt hat, in dem er das Konzept des „Spiegel-Ichs“ (*looking-glass self*) entwickelte.⁶ Zunächst legt es die Idee des gespiegelten Ichs nahe, dass sich jemand dadurch bestimmt sieht, wie er im Bewusstsein der Anderen, mithin als sein eigenes Fremdbild, erscheint. Der mit dem *looking-glass self* verbundene Begriff der *self-idea* wiederum kann zweierlei betreffen: das Bild, das einer von seiner realen Verfassung hat, also sein Selbstbild, aber auch dasjenige, das er gerne von sich realisiert fände, also sein Wunschbild. In diesem Sinne fördert Cooleys Konzept eine Vorstellung von Identität, die in der angestrebten Identifikation von insgesamt drei „Bildern“ besteht: in dem Bestreben einer Person (oder einer Gruppe), einerseits das Selbstbild und das Fremdbild (also das Bild, das Andere von ihr haben), andererseits das Selbstbild und das Wunschbild zur Deckung zu bringen.⁷ (Das Selbstbild der Person stimmt bekanntlich nicht im-

6 New York [u. a.]: Scibner 1902.

7 Man kann zeigen, wie Teile der später einflussreichen soziologischen und sozialpsychologischen Untersuchungen unmittelbar an Cooleys Überlegungen anschließen; vgl. exemplarisch David Riesman, Nathan Glazer und Reuel Denney: *The Lonely Crowd. A Study of the Changing American Character*. New Haven: Yale Univ. Press 1950. (= *Studies in national policy*. 3.) Deutsch: *Die einsame Masse. Eine Untersuchung der Wandlungen des amerikanischen Charakters*. Mit einer Einführung in die deutsche Ausgabe von Helmut Schelsky. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt 1956. Vgl. ferner Erik H. Erikson: *Identität und Lebenszyklus. Drei Aufsätze*. Aus dem Amerikanischen von Käte Hügel. 2. Aufl. Frankfurt am Main: Suhrkamp 1973. (= *suhrkamp taschenbuch wissenschaft*. 16.); Erik H. Erikson:



mer mit dem Bild überein, das Andere von ihr haben. Auch das Selbstbild stimmt im Allgemeinen nicht mit dem Wunschbild überein, das dem Einzelnen von sich vorschwebt; diese seelische Verfassung bringt das Søren Kierkegaard zugeschriebene Wort zum Ausdruck: „Wehmütig grüßt der, der ich bin, den, der ich sein möchte.“)

An diese von Cooley entwickelten Ideen schloss eine ganze Reihe von später einflussreichen soziologischen und sozialpsychologischen Untersuchungen unmittelbar an. Im Besonderen gilt dies für den bislang größten soziologischen Bestseller, die Studie *The Lonely Crowd* von David Riesman, Nathan Glazer und Reuel Denney aus dem Jahr 1950.⁸ Diese Autoren suchen „die Art und Weise, wie die Gesellschaft einen gewissen Grad von Verhaltenskonformität der ihr zugehörigen Individuen garantiert“,⁹ zu analysieren, und finden anhand der europäisch-amerikanischen Gesellschaftsentwicklung drei Typen von „Charakteren“, von denen für unseren Zusammenhang zunächst zwei, nämlich der „traditions-geleitete“ und der „außen-geleitete“ Charakter, von Bedeutung sind. Die Individuen der erstgenannten Art sind durch überkommene, in der Regel sehr konkrete Verhaltensdirektiven bestimmt, welche durch ihre institutionelle Verfestigung in Bräuchen, Sitten und Zeremonien auf den Einzelnen in lange gleichbleibenden Situationen einwirken – diese Charaktere bestimmen, wie man sagen könnte, das Zeitalter der *Tracht*; Individuen der zweiten Art werden dagegen durch eine Gesellschaft geformt, die als Kriterium für die Messung und Bewertung der Handlungen Einzelner die Anerkennung der „Anderen“ festlegt, mithin das Sich-Richten nach der *peer group* und der öffentlichen Meinung, und das heißt vor allem nach den Informationen der Massenmedien – diese Charaktere bestimmen das Zeitalter der *Mode*. Riesman und seine Mitautoren geben dazu folgende Beschreibung:

„Das gemeinsame Merkmal der außengeleiteten Menschen besteht darin, daß das Verhalten des einzelnen durch die Zeitgenossen gesteuert wird; entweder von denjenigen, die er persönlich kennt, oder von jenen anderen, mit denen er indirekt durch Freunde oder durch die Massenunterhaltungsmittel bekannt ist. Diese Steuerungsquelle ist selbstverständlich auch hier ‚verinnerlicht‘, und zwar insofern, als das Abhängigkeitsgefühl von dieser dem Kind frühzeitig eingepflanzt wird. Die von dem außen-geleiteten Menschen angestrebten Ziele verändern sich jeweils mit der sich verändernden Steuerung durch die von außen empfangenen Signale. Unverändert bleibt lediglich diese Einstellung selbst und die genaue Beachtung, die den von den anderen abgegebenen Signalen gezollt wird.“¹⁰

Der vollständige Lebenszyklus. Aus dem Amerikanischen von Waltraud Klüwer. 2. Aufl. Frankfurt am Main: Suhrkamp 1992. (= suhrkamp taschenbuch wissenschaft. 737)

8 Vgl. Riesman / Glazer / Denney, Die einsame Masse.

9 Ebenda, S. 22.

10 Ebenda, S. 38. (Im Original alles in Kursivdruck.) – Zum Thema der Außenlenkung hat der Psychologe Peter Robert Hofstätter bedeutsame, aber weitgehend unbeachtet gebliebene Überlegungen angestellt. Siehe P. R. H.: Individuum und Gesellschaft. Das soziale System

Als soziale Trägerschicht dieses Modebewusstseins gilt der „neue Mittelstand“ der Angestellten und Beamten, vornehmlich solcher in Handel, Gewerbe und Bürokratien.

Der dritte, in chronologischer Hinsicht mittlere Charaktertypus wird von Riesman und seinen Mitautoren als „innen-geleitet“ bezeichnet. Er ist durch persönliche, verinnerlichte Werthaltungen prinzipieller Art bestimmt, welche es dem Einzelnen möglich machen, in dem in traditionellen Gesellschaften nicht üblich gewesenen dynamischen Wandel der sozialen Situationen moralisch konsistent zu bleiben. Die Zeit der Außenlenkung ist für Riesman, Glazer und Denney die Zeit des Übergangs vom individuellen zum sozialen Gewissen, in der „Gut-sein“ heißt „Wie-die-anderen-sein“. Hier liegt der Grund für die Toleranz dessen, der beliebt sein möchte und sich gewissermaßen als Verkäufer seiner selbst einer Kundschaft offeriert, die er nicht durch allzu selbstbewusstes oder gar schroffes Verhalten verstören möchte. So wurde der Nonkonformismus des „innen-geleiteten“ Individuums durch eine neue, „soziale Ethik“ abgelöst, und zugleich damit rückte der Typus des alerten, außen-geleiteten Charakters kontinuierlich vor, der dazu disponiert erschien, kommerziell induzierten Inventionen und Innovationen gebührend Rechnung zu tragen.¹¹ Was

in der Krise. Frankfurt am Main; Berlin; Wien: Ullstein 1973. (= Ullstein-Bücher. 2955.) S. 151–225. Zum Thema „Innenlenkung und Mitbestimmung“ vgl. ebenda, S. 71–92.

- 11 Die Geschichte der Psychologie und Soziologie führt vor Augen, dass in diesen Disziplinen mitunter der Konformist geradezu zur anthropologischen Grundfigur gemacht wurde. Die Rede ist hier von der auch heute noch gelegentlich nachweisbaren Tendenz, die nach Dennis H. Wrong in einer „over-socialized conception of man“ Ausdruck findet: von der Auffassung, der zufolge der Mensch einen solchen Grad an Plastizität aufweise, dass es möglich sei, ihn durch soziale Einflüsse auf beliebige Weise zu formen. (Vgl. Dennis H. Wrong: *The Over-Socialized Conception of Man in Modern Sociology*. In: *American Sociological Review* 26 [1961], S. 183–193.) Die politische Elite der USA und die ihr affilierten Wissenschaftler betrachteten ihre eigene Gesellschaft als eine Einwanderergesellschaft, wobei es als ausgemacht galt, dass die aus welcher Richtung auch immer kommenden Zuzügler umstandslos an die neue Lebenswirklichkeit angepasst, und das hieß: im Sinne der Standards der amerikanischen Zivilisation sozialisiert werden könnten. Im Wesentlichen wird hier ein Menschentyp vorausgesetzt, dessen einzelner Repräsentant angesichts einer unübersichtlichen neuen Situation genötigt ist, auf die Signale der Mitwelt zu reagieren und ihnen zur sozialen Optimierung seines Verhaltens Rechnung zu tragen. (Dies war ja auch der Anlass für die Untersuchungen von Charles H. Cooley und für ähnliche andere nach ihm.) Unterstützt von lerntheoretischen Ansätzen einer dem Anspruch nach häufig maßlos überdehnten deterministischen Psychologie, mit welcher sich manipulative sozialtechnische Anwendungen unmittelbar verbinden ließen, eignete sich die Soziologie als „Instrument des Konformismus“, wie sie Kurt Sontheimer einmal bezeichnete. (Vgl. Kurt Sontheimer: *Soziologie als Instrument des Konformismus*. In: *Frankfurter Hefte* 2 [1956], S. 531–542; teilweise wieder abgedruckt in: *Konformismus – Nonkonformismus. Kulturstile, soziale Mechanismen und Handlungsalternativen*. Herausgegeben und eingeleitet von Wolfgang Lipp unter Mitarbeit von F[riedrich] W. Stallberg. Darmstadt; Neuwied: Luchterhand 1975. [= *Soziologische Texte*. 93.] S. 375–385.) – Auf geradezu paradigmatische Weise lässt sich an diesem Beispiel studieren, wie eine historisch herausgebildete Form der Außensteuerung und der Konformitätslenkung von der Wissenschaft selbst als ein anthropologisches Merkmal verstanden und sie selber – durch bestimmte Verhaltenserwartungen oder einfach durch fixe Ideen ihrer Vertreter gesteuert – zur Ideologie wurde.



dabei an Selbstwert verloren ging, wurde durch die Steigerung des Gesellschaftswerts und ein Mehr an Kontakten mit denk- und verhaltenskonformen Anderen kompensiert. Dies sind die Bedingungen, unter denen modisches Bewusstsein gedeiht und jegliche Werbung für massenhaft fabrizierte Modeprodukte sich rechnet. Das Etikett des Modischen kommt einem Gegenstand, wie Hermann Bausinger ausführt,

„insbesondere an der Stelle zu, wo ihm *noch* der Geruch des Exklusiven anhaftet, wo er aber *schon* im größten Umfang propagiert und dann auch verhältnismäßig rasch übernommen wird. [...] Das Modestadium ist also zu lokalisieren in der Zeit der Krisis, des Umschlagens in sehr viel weniger auffallende Gewohnheit. Zugespitzt und verallgemeinernd könnte man sagen: Mode erscheint [...] als das Pubertätsstadium bei der Entwicklung von Dauergewohnheiten;“¹²

oder, so müsste man wohl hinzufügen: vor deren „Hype“, auch wenn auf diesen das Verschwinden folgen sollte.

Das, was nun als „modisch“ gilt, ist dabei nicht nur das relativ harmlose auf Textilien und auf die entsprechenden Accessoires bezogene Verhalten, sondern häufig eine Gesinnung, welche die Menschen, die einander wechselseitig zu verstehen vorgeben, nahezu auswechselbar macht. Wie Wolfgang Lipp bemerkte, war es von nun an „für die Gegenwartsbetrachtung nicht abstreitbar, daß Konformitätszwänge neuer Art, Anpassungen bis in Motiv- und Bewußtseinsebene, um sich griffen“.¹³ Das moralische Bewusstsein steuerte dann oft in Richtung eines unter dem Namen der „Anpassung“ betriebenen Opportunismus. Dagegen richteten sich immer wieder sogenannte *counter cultures*, also gegenkulturelle Aktivitäten. Doch auch für die Vertreter einer solchen gegenkulturellen Antimode gilt, dass sie sich nicht immer von einem gruppenspezifischen Konformismus freimachen können: entweder weil sie in ihrem Rückzug aus der öffentlichen Welt der modisch Angepassten die Gruppe als den Raum ansehen, in dem sie ihre seelische Balance zu finden hoffen; oder aber weil sie, um ihre gegenkulturellen Bestrebungen umzusetzen, der sozialen Physik durch strategische Gruppenbildungen Rechnung zu tragen genötigt sind. Antimode nach außen schlägt so gewissermaßen dialektisch um in eine nach innen gerichtete, zwischen den Mitgliedern der Gruppe bestehende wechselseitige Anpassung. Die Demonstration des Unordentlichen, wie man sie in der Gegenwelt der Punks, Hippies und Gammler vorfindet, ist gewissermaßen als „konvexe“ Gegenform den „konkaven“ Bekundungen von Sauberkeit, Recht und Ordnung verbunden. Allerlei Schattierungen sind in diesem Bereich möglich: viel Ernsthaftigkeit, aber auch viel Maskerade. Zu denken ist etwa an Arthur Koestlers Schilderungen in seinem autobiografischen Roman *Sonnenfinsternis*, wo von jungen KP-Intellektuellen in den 1930er Jahren die Rede ist, die sich, nicht selten aus ökonomisch wohlhabenden

12 Bausinger, Zu den Funktionen der Mode, S. 6.

13 Wolfgang Lipp: Einleitung. In: Konformismus – Nonkonformismus. Kulturstile, soziale Mechanismen und Handlungsalternativen, S. 17–95, hier S. 80.

Kreisen stammend, durch die Zur-Schau-Stellung schmutziger Fingernägel in politischen Debattier-Clubs einen proletarischen Anstrich zu geben suchten.¹⁴

Naturgemäß kann eine Gruppe, auch eine gegenkulturelle, wie bereits Ludwig Marcuse bemerkte, nie nonkonformistisch sein: „Nonkonformistisch ist in der Regel zu übersetzen: ein anderer Konformismus; zum Beispiel das herrschende literarische Anti.“¹⁵ Gegenkulturelle Attitüden finden oft Ausdruck in einer Uniformierung, die man etwa durch Haartracht, Piercing oder Drahtschmuck zur Schau trägt. Bei allem Bekenntnis zum Individuellen ist sie für jene modisch geworden, die vom modischen *mainstream* abweichen wollten. Solche Gegenkulturen sind jedoch immer wieder in Gefahr, als Antimode modisch zu werden. Und so werden auch von jenem *mainstream* der herrschenden Mode immer wieder Elemente der Gegenkultur integriert:

„Buschhemd und Blue Jeans, noch vor der Hippiezeit am Anfang revoltierender Jugendgruppen stehend, bildeten gleichzeitig auch die Anfänge der Freizeitmode; [...] das wirre Haar kehrt wieder im mehr oder weniger gepflegten Afrolook – und ähnliche Zusammenhänge könnten bei Posters, bei Protestsongs und bei den ursprünglich gleichfalls protestlerischen ‚Buttons‘ (den Ansteckknöpfen mit aufgemalten Sprüchen) nachgewiesen werden.“¹⁶

Dies geht einher mit der Bereitschaft einer nicht unerheblichen Anzahl von Mitgliedern der sogenannten bürgerlichen Gesellschaft, sich hinsichtlich der Kleidung und der Accessoires nach unten zu ‚nivellieren‘ – eine Tendenz, für die Helmut Schelsky schon im Jahr 1953 die Bezeichnung „nivellierte Mittelstandsgesellschaft“ geprägt hat.¹⁷ Es ist jedenfalls nicht übertrieben, in bestimmten Zusammenhängen von einer geradezu innovatorischen Funktion der Gegenkultur für den modischen *mainstream* zu sprechen.

III. Zwischenbetrachtung zu einer Grundfunktion der Mode

Die Rede von dem permanenten Modewechsel und von der „ewigen Wiederkehr des Neuen“ missdeutet, wie Hermann Bausinger ausführt, den raschen Wechsel als

-
- 14 So Arthur Koestler in: Sonnenfinsternis. (Aus dem Englischen; ohne Übersetzungsnachweis.) London: Hamilton 1946. Dieses 1946 erstübersetzte Werk erfuhr zahlreiche Neuauflagen.
 - 15 Ludwig Marcuse: Argumente und Rezepte. Ein Wörter-Buch für Zeitgenossen. Zürich: Diogenes 1973, S. 67–68. – Und Marcuse fügt ebenda hinzu: „‚Pluralismus‘ ist heute ein Plural von Konformismus.“
 - 16 Bausinger, Zu den Funktionen der Mode, S. 4.
 - 17 Helmut Schelsky: Wandlungen der deutschen Familie in der Gegenwart. Darstellung und Deutung einer empirisch-soziologischen Tatbestandsaufnahme. Dortmund: Ardey 1953. – Schelsky spricht von der „Herausbildung einer nivellierten kleinbürgerlich-mittelständischen Gesellschaft, die ebensowenig proletarisch wie bürgerlich ist, d. h. durch den Verlust der Klassenspannung und sozialen Hierarchie gekennzeichnet wird“. Zitiert nach 2. Aufl., 1954, S. 218.



eine grundlegende Funktion der Mode, während es sich doch richtig besehen um eine ihrer wichtigen Bedingungen handle. Zu ihren eigentlichen Funktionen zählt er die folgenden: Uniformierung, Verhaltenslenkung, Innovation, Kontinuität und Stabilisierung.¹⁸ Von diesen Funktionsbestimmungen soll – vor allem im Blick auf Ausführungen in den beiden folgenden Kapiteln – allein die zuletzt genannte kurz in Betracht gezogen werden. (Über die Funktionen von Wissenschaftsmoden wird noch in Abschnitt 3 des nächsten Kapitels einiges zu sagen sein.)

Bausinger weist bezüglich der Mode darauf hin, „dass sie das Veraltete versteckt, das Gegebene absichert“, also auf die *Stabilisierungsfunktion* der Mode. Seiner Ansicht nach, die er als These formuliert, verbirgt das moderne Gebaren in äußeren Dingen vielfach innere Verkalkungserscheinungen, verdeckt Verspätungen und stabilisiert auf diese Weise vorhandene Strukturen. Bausinger exemplifiziert dies an einem *Lore-Roman*,¹⁹

„in welchem Sportwagen der neuesten Bauart hin und her flitzten zwischen niedersächsischen Erbhöfen, in denen ein streng patriarchalisches Regiment herrschte. Die Konsumwelt also, die präsentiert wird, überhaupt alles In-die-Augen-springende, ist modern; aber die gesellschaftlichen Strukturen sind von Anno dazumal.“²⁰

Transponiere man diese Beobachtungen in den ökonomischen Bereich, so werde deutlich, dass sich der Zusammenhang auch umkehren lasse: „die Erhaltung der vorhandenen inneren Strukturen garantiert gewissermaßen die rasche Umschlags- und Veränderungsmöglichkeit im Bereich der Requisiten.“ Schon zu Beginn unseres Jahrhunderts habe Werner Sombart die Mode als „des Kapitalismus liebstes Kind“ bezeichnet.²¹ Die häufigen Hinweise von Riesman, Glazer und Denney, dass sich die neueste Gesellschaftsstruktur, die den außengeleiteten Charakteren entspreche, hinsichtlich ihrer Persistenz Ähnlichkeiten mit traditions-geleiteten Sozialordnungen aufweise, sind kaum anders zu interpretieren.²² Angesichts dieser Befunde fühlt man sich an die Bemerkung von Tancredi gegenüber dem Fürsten Salina in Giuseppe Tomasi di Lampedusas Roman *Der Leopard* erinnert: „Wenn wir wollen, daß alles bleibt wie es ist, dann ist nötig, daß alles sich verändert“,²³ zugleich aber auch an einiges im modischen Wissenschaftsbetrieb der europäischen Gegenwart.

18 Vgl. Bausinger, Zu den Funktionen der Mode, S. 4–8.

19 So der Name einer zwischen 1949 und 1975 in 1.484 Nummern erschienenen Romanserie, deren Hefte man an Kiosken und in Tabaktrafiken kaufen konnte.

20 Bausinger, Zu den Funktionen der Mode, S. 7.

21 Ebenda, S. 8.

22 Vgl. dazu Helmut Schelsky: Einführung. In: Riesman / Glazer / Denney, Die einsame Masse, S. 7–19, hier S. 16.

23 Giuseppe Tomasi di Lampedusa: *Der Leopard*. Aus dem Italienischen von Charlotte Birnbaum. München; Zürich: Piper 1959, S. 32; Originalzitat: „Se vogliamo che tutto rimanga come è, bisogna che tutto cambi.“ Giuseppe Tomasi di Lampedusa: *Il Gattopardo*. Milano: Feltrinelli 1958, S. 32.

IV. Modisches im europäischen Wissenschaftsbetrieb

Bestehend an dem EU-europäischen Wissenschaftsbetrieb ist zweierlei: einerseits die – jedenfalls in den Geistes- und Sozialwissenschaften – immer wieder auffallende immense Pluralität von „Ansätzen“, „Perspektiven“ und „Paradigmen“, was der Diagnose einer Mode insofern entspricht, als die rasche Abfolge derartiger methodischer Einstellungen dem Abwechslungsbedürfnis Rechnung zu tragen scheint; andererseits die Tatsache, dass, trotz aller Beschwörung flacher Hierarchien und demokratischer Universitätsverfassungen in den Enunziationen der Bologna-Administratoren, an den europäischen Universitäten in den beiden letzten Jahrhunderten kaum jemals so wenig Mitbestimmung der Fakultätskollegien und so viel autokratische Macht der Spitzenfunktionäre der Fall war wie in der *Entrepreneurial University*, also der unternehmerischen Universität von heute. Ehe in Abschnitt 3 dieses Kapitels der zur Mode gewordene Pluralismus von „Ansätzen“ in den Geistes- und Sozialwissenschaften erörtert wird, soll in den vorangehenden Abschnitten zwei Arten von Konformismus im Wissenschaftsbetrieb Aufmerksamkeit geschenkt werden: der modischen Nutzung des Englischen quer durch die Welt der Wissenschaften (1) und der Flucht einer sich bedrängt fühlenden Wissenschaft in den Populismus der *Science Slams* (2). Den Problemen der unternehmerischen Universität ist ein eigenes, das die gesamten Ausführungen abschließende Kapitel V gewidmet. Den Übergang dazu bildet der 4. Abschnitt von Kapitel IV zum Thema der Flexibilisierung wissenschaftlicher Dienstverhältnisse aus dem Geist der modisch gewordenen Wirtschaftspolitik.

1. Wissenschaftssprachlicher Konformismus

Hinlänglich bekannt, wenn auch in seinen Konsequenzen nur unzureichend bedacht, ist der zu ihrem eigenen Nachteil mehr und mehr auch von Geisteswissenschaftlern betriebene modische Konformismus, die eigene Sprache zurückzudrängen, um sich durch Benutzung des Englischen selbst den Anschein prinzipiell übernationaler Bedeutsamkeit zu verleihen. Man will global „anschlussfähig“ bleiben, wie das heute heißt, fragt aber erst gar nicht, an wen oder was. So gibt es Germanistenkongresse in Kanada und in den USA, die ausschließlich über deutsche Sprache und Literatur handeln, wo aber vor allem die aus Deutschland und Österreich stammenden Vortragenden ihren anglophonen, aber vorzüglich Deutsch sprechenden Kollegen unter Beweis stellen wollen, dass auch sie des Englischen mächtig sind. Man hört vom Präsidenten der Technischen Universität München, der gegen den Rat der Studentenvertretung beabsichtigt, Masterstudiengänge an seiner Universität ab 2020 zwingend ausschließlich in Englisch durchzuführen. Auf die Spitze getrieben wird das Ganze durch den, was die Pluralität der Sprachen anlangt, keineswegs liberalen Politiker Alexander Graf Lambsdorff, der als Europaabgeordneter der deutschen Freien Demokraten 2014 erklärte: „Englisch muss unsere [soll heißen: in Deutsch-



land] Verwaltungssprache werden.“²⁴ So soll also in Deutschland künftig nur noch das gelten, was in Englisch formuliert, gesprochen oder publiziert wurde. In diesem Zusammenhang mutet es auch seltsam an, wenn sich manche Wissenschaftler vehement für Diversität und Artenvielfalt in der Umwelt einsetzen, aber die Sprachenvielfalt gerne der Einheitssprache Englisch opfern wollen.²⁵

Dieses Monitum gilt aber vor allem den Germanisten und all jenen Geistes- und Sozialwissenschaftlern, denen ja hinreichend bekannt sein dürfte, dass die Identität vieler Mitgliedstaaten der Europäischen Union aus ihren nationalen Sprachen erwachsen ist. Soll das viel beschworene „Europa der Herzen“ – eine der prachtvollen Schöpfungen des rhetorischen Politiktheses – nur im anglo-amerikanischen Takt schlagen? Anstatt Deutsch als Wissenschaftssprache bewusst abzuwerten, erscheint es angebracht, die Chancen unserer Sprache auch zu nutzen, um in einer Epoche der Völkerwanderung echte Integration gelingen zu lassen: „Einwanderer zu ermutigen und zu fördern, Deutsch zu lernen und anzuwenden, vermeidet Parallelgesellschaften und buchstäbliches wechselseitiges Unverständnis.“²⁶

2. *Science Slams*

Der österreichische Fernsehbetrachter kennt im Allgemeinen die *Science Busters* – die beiden Physiker Heinz Oberhummer (Theoretische Physik) und Werner Gruber (Experimentalphysik) sowie den Kabarettisten Martin Puntigam –, nach eigenem Bekunden die „ungebrochen schärfste Scienceboygroup der Milchstraße“. Sie versuchen, Wissenschaft mit Humor für eine breite Öffentlichkeit zu kommunizieren. Dieser Typ von Veranstaltungen, der sogenannte *Science Slam*, der ursprünglich insbesondere in den USA beheimatet war und als universitätsinternes Unterhaltungsprogramm eine Rolle spielte, hat nun auch deutsche Gymnasien und Universitäten, ja sogar wissenschaftliche Kongresse erreicht. Populär sind die Slams in den Naturwissenschaften, weil dort mit Experimenten die erwünschte Anschaulichkeit leichter als in anderen Disziplinen demonstriert werden kann. Auch die Geisteswissenschaften wollen hier nicht zurückstehen: so fand im September 2014 auf dem Deutschen Historikertag in Göttingen der erste *History-Slam* statt, und die Frankfurter Goethe-Universität veranstaltete im November 2014 zu ihrem 100. Geburtstag einen *Goethe-Slam*.

Alle Slams sind als Wettbewerbe angelegt, über die gelungenste Darbietung befindet ein Publikum, das sich auch bei *Germany's Next Topmodel* einfinden könnte. Das klingt alles bürgernah und – selbstverständlich! – innovativ, ist aber, wie Magnus Klaue vermutet, „viel mehr Symptom der Torschlusspanik, mit der insbesondere

24 In: Die Welt vom 15. Dezember 2014: <http://www.welt.de/debatte/kommentare/article135390461/Englisch-muss-unsere-Verwaltungssprache-werden.html> [2015-10-28].

25 Vgl. dazu Johannes Singhammer: Mehr Mut zur deutschen Sprache. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 21. April 2015, S. 8.

26 Ebenda.

Nachwuchswissenschaftler auf ihre prekären Zukunftsaussichten reagieren“.²⁷ Es ist in der Tat eine Frage, welchen Sinn es macht, sich an Universitäten und im Rahmen wissenschaftlicher Kongresse in einer Weise, die über den Charakter kabarettistischer Begleitveranstaltungen hinausgeht, vor ‚der Bevölkerung‘ und nicht vor der sogenannten *scientific community* legitimieren zu wollen.

„Das Bedürfnis, sich direkt vom Publikum die Legitimation der eigenen Arbeit abzuholen, kommt erst auf, wenn die ökonomische Grundlage und geistige Substanz jener Arbeit in Frage gestellt sind.“ In den *Science Slams*, so findet Klaue, lebt der ökonomische Druck, der die Tradition der alten Stegreifbühnen ins Leben rief, fort – „mit dem Unterschied, dass deren Protagonisten sich diese Kontinuität nicht bewusst machen, sondern die Notwendigkeit, sich vor versammeltem Publikum zum Clown zu machen, als akademischen Fortschritt verkaufen.“²⁸

3. Pluralismus als Wissenschaftsmode

Was die – jedenfalls in den Geistes- und Sozialwissenschaften – immer wieder auffallende modische Pluralität von „Ansätzen“, „Perspektiven“ und „Paradigmen“ anlangt, so hat sie Jürgen Kaube exemplarisch, und zwar im Blick auf die Literaturwissenschaft, sach- und sprachkundig folgendermaßen charakterisiert:

„Man kann jenen unter Modeverdacht gestellten Wandel schon an Selbstbezeichnungen wie ‚New‘ oder ‚Neo‘ (Historicism, Strukturalismus), ‚Post‘ (Strukturalismus, Hermeneutik) oder ‚turn‘ (cultural, iconic, spatial, emotional, topographic) erkennen. Hinzukommen Theorieimporte (Psychoanalyse, Marxismus, Sozialgeschichte, Dekonstruktion, Systemtheorie, Verhaltensforschung), selbst hervorgebrachte Verfahren (Rezeptionsästhetik, Intertextualität, Narratologie) und Themenkonjunkturen (Geschlecht, Körper, Körperflüssigkeiten, Medien); und die ‚empirische Ästhetik‘ (neurolinguistic und evolutionary turn) steht schon vor der Tür.“²⁹

Das alles ist, wie Kaube ergänzend bemerkt, zwischen Mitte der 1960er Jahre und heute, also in einem Zeitraum von knapp 50 Jahren, „entfaltet und wieder zusammengefoldet worden“.³⁰ Die Sache ähnelt auffallend dem Kunstbetrieb, in dem seit circa 1900 die Bezeichnungen für Stile und Künstlergruppen einander jagen: Jugendstil, Art déco, Expressionismus, Kubismus, Futurismus, Abstraktion-Konstruktion, Dada, Surrealismus, Neue Sachlichkeit, Tachismus, Pop Art, Fluxus, Photo-realismus, Minimal Art, Concept Art, Neoexpressionismus, Postmoderne etc. Auf dem Kunstmarkt galt schon früh jenes Prinzip der *supply side economy*, das sich erst

27 Magnus Klaue: Die Wanderbühne der Wissenschaft. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 22. April 2015, S. N 4.

28 Ebenda.

29 Jürgen Kaube: Im Reformhaus. Zur Krise des Bildungssystems. Springer: zu Klampen 2015, S. 136.

30 Ebenda.



einige Zeit danach, aber vor allem unter dem Vorzeichen der unternehmerischen Universität in den beiden letzten Jahrzehnten, auch Teile des Wissenschaftsbetriebs zu eigen machen wollten.

In einigen geistes- und sozialwissenschaftlichen Disziplinen sind die Proklamationen neuer Forschungsansätze gepaart mit dem modischen Chic eines diskursiven Jargons, der Achtungserfolge in ziemlich geschlossenen Wissenschaftlerkreisen erbringt – Kaube prägte für die dabei zur Anwendung kommende artifizielle Terminologie die Bezeichnung „diskursive Klingeltöne“³¹ und nennt in diesem Zusammenhang exemplarisch folgende wissenschaftliche „*buzzwords*“: „Liminalität“, „Hybridität“, „Subversion“, „Sehgewohnheiten in Frage stellen“, „figuriert“, „die abendländischen Episteme“, „negotiated reading/culture/identity“ und „différance“.³² Vieles wird zudem, wie man Kaube ergänzend feststellen kann, neuerdings in jenen kulturwissenschaftlichen Bereichen „angedacht“, aber auch „heruntergebrochen“. Oft genug handelt es sich dabei um Imponiervokabeln, mit denen normalsprachlich leicht darstellbare Sachverhalte esoterisch überhöht werden. „Der diskursive Klingelton“, so Kaube, „macht etwas zum Geheimnis, das keines ist. Er versorgt die Interpretation mit derselben Vieldeutigkeit, die das Interpretierte auszeichnet“.³³

Es ist nur eine Halbwahrheit, wenn der rasante Wechsel von neuen „Ansätzen“ und „Begrifflichkeiten“ in den Geistes- und Sozialwissenschaften dahingehend interpretiert wird, dass die Unruhe der Disziplin durch die Unruhe der Gesellschaft bewirkt werde und daher zu rechtfertigen sei.³⁴ Eher handelt es sich dabei um eine Mischung aus Originalitätsstreben und dem Bemühen, eine forschungsökologische Nische ausfindig zu machen, um sich nach Möglichkeit ein Alleinstellungsmerkmal zu sichern. (Einiges an vermeintlicher Originalität geht dabei übrigens auf Kosten mangelnder Vertrautheit mit einschlägigen, bereits früher erbrachten Forschungsleistungen.) Der Wissenschaftsmode kommt in diesem Zusammenhang eine dreifache soziale Funktion zu: erstens vermittelt sie den ihr Anhängenden ein bestimmtes Selbstwertgefühl; dann soll sie dafür dienlich sein, den außerhalb der Disziplin tätigen Wissenschaftlern, aber auch der Öffentlichkeit ein Gefühl für die Bedeutsamkeit der in der Disziplin geleisteten Arbeit zu vermitteln; schließlich soll sie zumindest so etwas wie saisonale Aufmerksamkeit bei denen hervorrufen, von welchen es Drittmittel zu lukrieren gilt. Jürgen Kaube hat dem – bezogen auf die Praktiken bestimmter Geisteswissenschaftler – sarkastisch Ausdruck verliehen:

„Die Mode überhöht das Projekt, indem sie es unter Berücksichtigung seiner Fristen als Beitrag zu etwas Frischem und allgemein Verständlichem darstellt. Sie versorgt die Beteiligten mit kollektiven Anfangsgefühlen, die um so wichti-

31 Ebenda, S. 145–158.

32 Ebenda, S. 155.

33 Ebenda, S. 158.

34 Siehe dazu Jürgen Kocka: Mode und Wahrheit in der Geschichtswissenschaft. In: *Leviathan* 38 (2010), S. 213–225.

ger erscheinen, als die Betriebsgrößen fast nur noch Hochspezialisiertes zulassen und die Sachen sowieso kaum noch jemand liest. [...] Und da es der Geisteswissenschaft nur selten plausibel möglich ist, mit Nützlichkeit zu winken, auratisiert sie eben ihre Forschungen in großartigen Titeln, die Umbrüche, völlig neue Sichtweisen sowie den Bedarf signalisieren, alles noch einmal zu lesen. Es kann nicht ausgeschlossen werden, daß dabei etwas herauskommt. Die Leistung der Mode in den Geisteswissenschaften besteht aber vor allem darin, daß etwas hereinkommt: Drittmittel, Umbruchsgefühle, Kollektivbewußtsein.³⁵

Aber nun zu einem anderen Aspekt des hier in Betracht stehenden Problemzusammenhangs: zu wissenschaftlichen Dienstverhältnissen aus dem Geist der permanenten Fluktuation.

4. Wissenschaft als flexibler Beruf

Wenn man sich nach der Promotion entscheidet, an einer deutschen Universität zu bleiben, begibt man sich, wie Hannah Bethke im März 2015 in einem Artikel in der *Frankfurter Allgemeinen Zeitung* ausführte, in absurde Strukturen. Vor allem im Mittelbau kriege man ständig zu hören:

„Du musst rasch und viel publizieren“, „Du musst dich breit aufstellen“, „Du musst ‚networken‘“, „Du musst eine innovative Qualifikationsschrift verfassen“, „Du musst Deinen Output erhöhen“, „Du musst die Trends der Zeit erkennen“, „Du musst Projektanträge stellen“, „Du musst Vorträge halten“, „Du musst Tagungen organisieren“, „Du musst Wissenschaft effizient ‚managen‘“ etc.³⁶

Und das werde einem gesagt in dem Wissen, dass die Wahrscheinlichkeit, eine unbefristete Professur zu erlangen, schon allein statistisch gesehen sehr gering ist. Die Wissenschaftszeitvertragsgesetze in Deutschland – und ähnlich in Österreich – erlauben eine befristete Anstellung von bis zu zwölf Jahren. Diese Regelung wurde eingeführt, um einer permanenten Befristung der Stellen im Mittelbau entgegenzuwirken, um also langfristige Beschäftigung zu verhindern, die nur zur Ansammlung von „Totholz“ („*deadwood*“) führt, wie es in den USA heißt. Doch diese Praxis erwies sich als Etikettenschwindel:

„Anstatt die Stellen nach zwölf Jahren zu entfristen, werden die meisten, die bis dahin keine Professur erlangt haben – das ist die Mehrheit –, gar nicht mehr angestellt. Es kann also passieren, dass man zwölf Jahre harte Arbeit für ein System investiert, aus dem man am Ende ohne weitere Beschäftigungsmöglichkeit hinausfliegt.“³⁷

35 Kaube, Im Reformhaus, S. 142–143.

36 Hannah Bethke: Wahnsinn mit Methode. Das Nachwuchssystem verhindert, was es verlangt. In: *Frankfurter Allgemeine Zeitung* vom 11. März 2015, S. N 4.

37 Ebenda.



Und das, wie man hinzufügen muss, selbst bei vorzüglicher Evaluierung. Natürlich hat die Universität kein Monopol auf schlechte Arbeitsbedingungen, aber dann möge man doch wenigstens nicht immer die USA als Vorbild anführen, deren *Tenure track system* derartige Vorgehensweisen in der Regel unmöglich macht.

Nun wächst allerdings auch in den USA langsam ein Prekariat der zeitlich befristeten Universitätsangestellten heran, während gleichzeitig die Verwaltung wuchert. Deutschland ist in dieser Hinsicht jedoch wesentlich weiter. Von 2005 bis 2012 wurden für jede unbefristete Stelle in Forschung und Lehre durchschnittlich 3,7 unbefristete Verwaltungsstellen geschaffen. Da liegen Gewinner und Verlierer, wie die Biologen Björn Brembs und Axel Brennicke in einem im Jänner 2015 erschienenen Artikel darlegen, klar auf der Hand:

„Die deutlichsten Verlierer sind die Studenten, die weniger Betreuer haben als vorher. Dicht gefolgt von den Wissenschaftlern, die bei gesunkenen Aussichten auf einen festen Vertrag auch noch mehr Arbeiten korrigieren müssen. Eindeutige Gewinner sind die Verwaltungsangestellten. – Im Vergleich gibt dies sehr zu denken. In Deutschland kann offenbar eine international konkurrenzfähige Wissenschaft mit all ihrem Spezialwissen von lediglich 60.438 Menschen auf Dauer gesichert werden. Und für diese Wissenschaftler muss anscheinend mehr als die doppelte Zahl (nämlich 135.897) von Verwaltern auf Dauer angestellt werden.“³⁸

Bald sind zwei Drittel aller *Vollzeit*wissenschaftler an deutschen Universitäten in prekären Anstellungsverhältnissen. – Deutschland hat diesen Weg in den letzten Jahren keineswegs im Alleingang beschritten, die Parallelen zu großen Wissenschaftsnationen wie Großbritannien sind offensichtlich, aber auch die zu kleinen, wie etwa Österreich.

V. Einiges zur *Entrepreneurial University* neuen Typs

Die Universitäten der Europäischen Union stehen gleich mehrfach unter Konformitätsdruck:

Zunächst sind es die Anordnungen der Politik im so genannten Bologna-Raum, die darauf hinauslaufen, die Studienordnungen an den europäischen Universitäten so weit wie möglich zu homogenisieren und auf diese Weise auch die Mobilität der europäischen Studenten aufgrund der erleichterten Anrechnung von Leistungsnachweisen zu steigern. Zu dieser Selbstverpflichtung auf Binnenkonformität der EU-Universitäten kommt noch das Bestreben, auch eine gewisse Konformität nach außen sicherzustellen, nämlich in Bezug auf die für das Bologna-System als vorbildlich angesehenen US-amerikanischen Exzellenzuniversitäten. Zu alledem kommt noch die Anpassung der Universitätsstrukturen an die gegenwärtig für vorbildlich

38 Björn Brembs und Axel Brennicke: Wir flexibilisieren uns zu Tode. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 7. Januar 2015, S. N 4.

gehaltenen Organisationen der Wirtschaft. Diese drei Formen der Abstimmung nach innen und nach außen, also der Herstellung von Anpassung und Konformität, sind heute Trend. Ehe aber im Folgenden den Beziehungen der in diesem Sinne modischen Wissenschaftspolitik zur Wirtschaft und einigen Konsequenzen der Ökonomisierung des Wissenschaftsbetriebs nachgegangen wird, soll zunächst wieder ein Bezug zur Mode im engeren Sinn hergestellt werden.

Für die der Kleidermode Hörigen erscheint Imitation oftmals als der kürzeste Weg zur Lösung individueller Geschmacksprobleme. Man kopiert einfach, wo die Neigung, Fähigkeit oder Zeit zu einer eigenständigen Lösung fehlt. In der Wissenschaftspolitik, aber auch in der Wissenschaft selbst – jedenfalls in der Phase der *normal science* im Sinne Thomas S. Kuhns – vollzieht sich bekanntlich Ähnliches. Am Anfang übernimmt man die Theorien und Methoden, welche man erlernt hat, und praktiziert sie, so gut es eben geht. Dann erscheint es aber irgendwann nötig, Eigenständigkeit nachzuweisen: entweder man entdeckt Neues oder man entwickelt neue Theorien und Methoden, um bereits bekannte Erscheinungen auf eine ungewohnte, vermeintlich ‚tiefere‘ Weise zu erklären; man denke hier etwa an die verschiedenartigen Erklärungen identischer Erscheinungen des Lichtes durch Newton und Huygens.

Die Ähnlichkeiten und Analogien zwischen Kleidermode und Wissenschaft erweisen sich in einer weiteren Hinsicht als tragfähig. Wie sich Produzenten und Manager der Mode in zunehmendem Maße auf die Bedürfnisse der Konsumenten berufen,³⁹ um festzustellen, welche „Innovationen“ marktfähig sind, werden auch wissenschaftspolitische Maßnahmen in Kraft gesetzt, um zu garantieren, dass die wissenschaftlich Tätigen den Interessen der Wirtschaft entsprechen, welche, wie es heißt, den Wohlstand und das Gemeinwohl sichert. Angestachelt durch den so verstandenen Primat des Ökonomischen übertrug die Wissenschaftspolitik ihre Vorstellungen auf die Universität und gestaltete diese um zur *Entrepreneurial University*.⁴⁰ Andererseits steht die auf die Universitäten bezogene europäische Wissenschaftspolitik unter dem selbst auferlegten Konformitätsdruck, sich den erfolgreichsten US-amerikanischen Vorbildern anzupassen, ohne in finanzieller Hinsicht mithalten zu können und in organisatorischer Hinsicht mithalten zu wollen.

Angesichts der notorischen Unterfinanzierung der Universitäten sehen sich ihre Entrepreneurs veranlasst, das Einwerben von Drittmitteln durch die an ihnen tätigen Forscher entschlossen zu forcieren und zugleich zu prämiieren.⁴¹ Unausweichlich

39 Dies ist zwar etwas verkürzt formuliert, da ja auch diese Bedürfnisse selbst in gewissem Umfang industriell erzeugt werden, spielt aber für den Zusammenhang der vorliegenden Erörterungen keine besondere Rolle.

40 Vgl. dazu Kaube, Im Reformhaus, S. 103–112.

41 Dazu siehe ebenda, S. 124: „Das Schlüsselwort lautet inzwischen [...] ‚Drittmittel‘. Also wird die Energie in das Entwerfen von Projekten, die Abstimmung mit anderen Forschern und das inner- wie außeruniversitäre ‚Networking‘ gesteckt. Monatlich wächst die Zahl der Zeitschriften und multipliziert die entsprechenden Engagements der Spezialisten ebenso



verlagern dabei die Erwartungen der potentiellen Abnehmer wissenschaftlicher Erkenntnisse, also die Partikularinteressen gewisser Firmen und politischer oder gesellschaftlicher Anspruchsgruppen, die Perspektive der in der Wissenschaft Tätigen von der reinen auf die angewandte Forschung, damit aber auch die Definitionshoheit über sinnvolle Forschungsthemen und fruchtbare Forschungsergebnisse vom Bereich der Wissenschaft auf externe Akteure und deren Interessen. Zunehmend werden in den sogenannten Zielvereinbarungen mit den Vorgesetzten Leistungserwartungen gegenüber Wissenschaftlern durch die Bestimmung der Höhe von Drittmitteln quantitativ bestimmt, und in nicht unbedeutendem Umfang kompensiert die Akquisition externer Forschungszuwendungen die eingehendere Befassung mit dem wissenschaftlichen Wert der solchermaßen geförderten Forschung, ihrer Methoden und ihrer Resultate. Eine derartige Form der Drittmittelabhängigkeit birgt Gefahren in sich: einerseits die des Aufkommens autoritärer, namentlich die Forschungsorientierung von jüngeren Wissenschaftlern steuernder Führungskonstellationen, andererseits aber die der Preisgabe wissenschaftlicher Objektivität durch Gefälligkeitsgutachten und Legitimationsbeschaffung, etwa für interessierte Unternehmen bzw. politische Lobbyisten. Auf gravierende negative Auswirkungen einer durch außerwissenschaftliche Interessen in Dienst genommenen Wissenschaft haben Angela Spelsberg und Matthias Burchardt am Beispiel manipulierter Studiendaten bei Generika und patentgeschützten Medikamenten hingewiesen.

„Für die finanzierende Firma kommt es nicht darauf an, dass die Wahrheit über Wirksamkeit und Nebenwirkungen des jeweiligen Präparates das Licht der Öffentlichkeit erblickt, sondern dass sie dieses Produkt so teuer und schnell wie möglich vermarkten kann. [...] Alle Studiendaten sind Eigentum des Herstellers; er allein entscheidet darüber, was veröffentlicht wird und was nicht. [...] Auf die veröffentlichten Forschungsergebnisse ist kein Verlass mehr.“⁴²

Derartiges hat aber bislang den Eifer der Befürworter der *Entrepreneurial University* nicht ernsthaft beeinträchtigt. Denn der Eifer wächst in dem Maße, in dem sich der Staat aus der Wissenschaftsförderung zurückzieht und damit insbesondere der Grundlagenforschung oftmals die erforderliche Unterstützung versagt.

Schluss: Noch ein Wort zur EU-Wissenschaftspolitik

Eine traurige Angelegenheit ist in diesem Zusammenhang auch die Wissenschaftsbürokratie der Europäischen Union. Wie Gottfried Schatz, der ehemalige Vorsitzende des Schweizerischen Wissenschafts- und Technologierates, betont, waren es

wie die Zahl der Tagungen, deren Zusammenfassung in Sammelbänden schon gesichert ist, bevor auch nur ein einziger Vortrag gehalten wurde und also auf seine Publikationswürdigkeit hin beurteilt werden konnte.“ – Zu den daraus resultierenden Nachteilen für die Lehre siehe ebenda, v. a. S. 115–131 sowie S. 90–91.

42 Angela Spelsberg und Matthias Burchardt: Unter dem Joch des Drittmittelfetischs. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 15. Januar 2015, S. 8.

die Wissenschaftsminister, die in Lissabon im Jahre 2000 beschlossen, die EU zum kompetitivsten und dynamischsten Wirtschaftsraum der Welt zu machen. Wohl-gemerkt: Es waren die Wissenschafts- und nicht die Wirtschaftsminister, und sie sahen in der Stärkung der Wirtschaft das oberste Ziel von Europas Wissenschaft! Während aber die Wirtschaft frei sein soll, soll die Wissenschaft gelenkt werden. Wissenschaftspolitik erstickt dabei eher das, was sie fördern sollte, wenn sie in der Absicht, ‚Innovation‘ zu generieren, den akademischen Nachwuchs zunehmend auf die Kommunikation, die *self-promotion*, das *networking* und die Vermarktung hin orientiert und – parallel dazu – der Forschung allzu konkrete Ziele verordnet oder aber die Zielsetzung den die Universitäten alimentierenden Unternehmen über-lässt.⁴³ Dagegen führt Schatz ins Treffen:

„[...] wirklich innovative Grundlagenforschung schafft sich oft erst ihre eigen-
nen Ziele. Wenn diese bereits von Anfang an feststünden, kann die Forschung
gar nicht innovativ sein. War Nietzsche vernetzt? War Max Planck interdiszi-
plinär? Die Fragen sind unsinnig.“⁴⁴

Obschon die verordnete Befassung mit den als karriererelevant eingeschätzten Zie-
len nicht selten ihre intrinsische Motivation ersetzt und sie sich zudem oft von ih-
ren Wissenschaftsadministratoren gleichermaßen wie von der Wissenschaftspolitik
hintergangen fühlen, hat sich bislang die Mehrheit der jüngeren Wissenschaftler an
den Hohen Schulen den der Unternehmensberatung und dem modernen Manage-
ment entlehnten Verfahrenstechniken, die auf sie zur Anwendung kommen, ohne
nennenswerte Gegenwehr ergeben. Nicht wenige der Besten unter ihnen weichen
allerdings in außeruniversitäre Bereiche aus und überlassen die Hohen Schulen auf
diese Weise fügsameren und bescheideneren Gemütern sowie denen, die es sich ent-
weder in der Institution bereits richten konnten oder es sich in ihr mangels externer
Alternativen mit Mühe zu richten bestrebt sein werden.

43 Auch der ehemalige Präsident der Stanford University, Gerhard Casper, hat diese Über-
zeugung als Festvortragender im Rahmen der jährlich stattfindenden Feierlichen Sitzung
der Österreichischen Akademie der Wissenschaften am 8. Mai 2015 klar zum Ausdruck
gebracht. Seine Rede wird im Druck erscheinen in: Österreichische Akademie der Wissen-
schaften. Almanach 165 (2015) (im Druck).

44 Gottfried Schatz: Gefährdete Wissenschaft. Festvortrag im Rahmen der Feierlichen Sit-
zung der Österreichischen Akademie der Wissenschaften am 17. Mai 2006. In: Österrei-
chische Akademie der Wissenschaften. Almanach 156 (2005/2006), S. 299–307, hier S. 305.



Badegesellschaften

Hessische und nassauische Kurorte in Reiseberichten des 18. und 19. Jahrhunderts und Thorstein Veblens *Theorie der feinen Leute*

Von Marion Linhardt

1. Kurzer Abriss zur Bedeutung der Badeorte Schwalbach und Schlangenbad bis ins 19. Jahrhundert

Schwalbach und Schlangenbad gehören wie Wiesbaden, Ems, Soden, Homburg und einige weitere zu den Taunusbädern, liegen also in einem geografischen Raum, in dem sich aufgrund der ausgesprochen hohen Anzahl von Mineralquellen eine extrem dichte Bäderlandschaft ausbildete. Der Taunus zählte zeitweise zu den meistbesuchten Bäderregionen Europas. Schwalbach – eigentlich Langenschwalbach – war im 16. Jahrhundert durch einen Heilerfolg, den der Leibarzt des Pfalzgrafen Johann Casimir durch die Schwalbacher Trinkkur beim Bruder des Mainzer Erzbischofs erzielte, bekannt geworden und erfuhr in der Folge die Protektion der Landgrafen von Hessen. Zu Beginn des 17. Jahrhunderts entstand hier das Rotenburger Schlösschen als Sommerresidenz des Landgrafen Moritz von Hessen-Kassel, um das sich nach und nach eine Reihe von Gästehäusern ansiedelte. Wie viele andere Bäder im deutschsprachigen Raum erlebte auch Schwalbach nach dem Ende des Dreißigjährigen Krieges einen enormen Aufschwung. Landgraf Ernst von Hessen-Rheinfels-Rotenburg hielt im Sommer regelmäßig in Schwalbach Hof; in den 1680er Jahren wurde hier ein Komödienhaus errichtet, nachdem zuvor bereits ein Gasthaus mit Spielsaal und Lesekabinett eröffnet worden war. Martina Blyemehl-Eiler stellt in einer ihrer einführenden Arbeiten zu Schwalbach heraus, dass der Ort sich „zu einem der meistfrequentierten Modebäder Deutschlands“ und zum „Dorado der Vergnügungssüchtigen“ entwickelte.¹ Im Jahr 1711 etwa verzeichnete man unter anderem den Besuch von elf Fürsten und 15 Grafen.² Bei steigender Frequenz von Fremden blieb die Zahl der in Schwalbach tatsächlich Ansässigen klein.³

- 1 Martina Blyemehl-Eiler: Ein kleines Elysium – die nassauischen Bäder im 19. Jahrhundert. In: Nassau und seine Bäder in der Zeit um 1840. Herausgegeben von Gast Mannes. Wiesbaden: Nassauische Sparkasse 2005, S. 70–117, hier S. 71. – Im folgenden Beitrag wird bewusst nur auf jene Forschungsliteratur zu Kurorten Bezug genommen, die für die Argumentation unmittelbar relevant ist, auf weiterführende Hinweise hingegen wird verzichtet. Eine umfangreiche Diskussion der Kurort-Forschung findet sich in Marion Linhardt: Theater in Kur- und Badeorten, erscheint 2016 im Rahmen einer Sonderreihe von LiTheS zum Themenfeld „Theateralltag in Deutschland in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts“.
- 2 Vgl. die Angaben in: „Bad Schwalbach, Rheingau-Taunus-Kreis“. In: Historisches Ortslexikon: <http://www.lagis-hessen.de/de/subjects/idrec/sn/ol/id/10821> (Stand: 4.12.2014) [2015-07-08].
- 3 Die vom Landesgeschichtlichen Informationssystem Hessen veröffentlichte Einwohnerstatistik gibt für das Jahr 1809 1.455 Einwohner an. Ebenda.

Im späten 18. Jahrhundert hatte Schwalbach – ebenfalls vielen anderen deutschen Bädern vergleichbar – einen Rückgang der Gästezahlen zu verkraften, der einerseits in den politischen Unruhen nach der Französischen Revolution und andererseits in strukturellen Verschiebungen in der Bäderlandschaft begründet lag. Eine Reihe traditionsreicher wie auch neuer Badeorte lockte mittlerweile mit modernen und der gehobenen Gesellschaft vorbehaltenen *Kurbestirken*, die eine Separierung der verschiedenen sozialen Schichten im Badeort ermöglichten. Trotz mehrerer diesbezüglicher Initiativen ließ sich der Bau einer solchen neuen und luxuriösen Kuranlage in Schwalbach nicht realisieren. Die „gute Gesellschaft“ begann andere Badeorte vorzuziehen.⁴ Im 19. Jahrhundert kam es dann unter veränderten politischen und baderheilkundlichen Vorzeichen zu einem erneuten Aufschwung Schwalbachs. Seit 1816 gehörte der Ort zum Herzogtum Nassau. In den folgenden Jahrzehnten wurde der wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit den Wirkungen der vorhandenen Mineralquellen und der Balneologie besondere Aufmerksamkeit geschenkt. Die gezielte Therapie unterschiedlicher körperlicher und seelischer Leiden rückte verstärkt in den Blick, ohne dass damit allerdings die maßgebliche Funktion des Badeorts als Versamlungs- und Kommunikationsort von Mitgliedern der gehobenen Kreise verloren gegangen wäre. Für eine grundsätzliche Bewertung Schwalbachs – und anderer Badeorte – als sozialer Raum ist zu berücksichtigen, dass Bade- und Kuraufenthalte bis ins späte 19. Jahrhundert selbstverständlich durchwegs privat finanzierte Unternehmungen waren. Die Nutzung der heilkräftigen Quellen durch Angehörige ärmerer Bevölkerungskreise erfolgte, wenn überhaupt, dann im Rahmen kurzer Besuche. Badeorte stellten sich also während der „Saison“ in erster Linie als Treffpunkte der Oberschicht dar.

Schlangenbad⁵, nur wenige Kilometer von Schwalbach entfernt gelegen, zählte noch 1817 lediglich 204 Einwohner.⁶ Der Ort war über lange Zeit in zwei Herrschaften geteilt: das Tal um Schlangenbad gehörte auf der einen Seite zum Territorium der Landgrafen von Hessen-Kassel, auf der anderen Seite zu demjenigen der Kurfürsten von Mainz. Nachdem Schlangenbad im späten 17. Jahrhundert vorübergehend als Armen- und Judenbad geführt worden war, um die entsprechenden Personen vom benachbarten Schwalbach fernzuhalten, ließen nach 1693 zunächst Karl von Hessen-Kassel, dann Lothar Franz von Schönborn als Erzbischof und Kurfürst von Mainz auf den zwei Seiten des Tales jeweils eine luxuriöse Kuranlage errichten, die als „Fürstenbad“ und Eremitage dem Hochadel einen Rückzugsort bieten sollte. Zumal im frühen 18. Jahrhundert hielten sich in Schlangenbad zahlreiche Fürsten,

4 Vgl. dazu im Einzelnen Blyemehl-Eiler, Ein kleines Elysium, S. 83–84.

5 Für Details zur historischen Entwicklung Schlangenbads als Badeort und zur Baugeschichte vgl. Oranna E.A.R. Dimmig: Schlangenbad. In: Kurstädte in Deutschland. Zur Geschichte einer Baugattung. Herausgegeben von Rolf Bothe. Berlin: Frölich & Kaufmann 1984, S. 457–472.

6 Vgl. die Angaben in: „Schlangenbad, Rheingau-Taunus-Kreis“. In: Historisches Ortslexikon: <http://www.lagis-hessen.de/de/subjects/idrec/sn/ol/id/10820> (Stand: 15.12.2014) [2015-07-08].



Herzöge und Reichsgrafen mit umfangreicher Entourage auf; exklusive Vergnügungen prägten den Badealltag der Gäste. Der Vorteil der Ungestörtheit in dem sehr kleinen Ort, der seit 1817 ebenfalls zum Herzogtum Nassau gehörte, zog auch im 19. Jahrhundert noch einmal viele Mitglieder des europäischen Hochadels an.

2. Das Luxusbad: Muße und Konsum haben ihren idealen Raum gefunden

In seiner Theorie der *reichen müßigen Leute*, der „leisure class“, erläutert Thorstein Veblen – stark vereinfacht gefasst – die Herausbildung jenes gesellschaftlichen Sachverhalts, den er als das „Gesetz der demonstrativen Verschwendung“ bezeichnet.⁷ Weite Teile seiner Untersuchung sind den komplexen Konsequenzen dieses Gesetzes für die moderne, hochindustrialisierte Gesellschaft gewidmet, wobei er in erster Linie die Gesellschaft Nordamerikas am Ende des 19. Jahrhunderts und hier eben vor allem die Oberschicht im Blick hat. Das Konzept des „Geschmacks“ – man könnte auch formulieren: das Konzept dessen, *was als „schön“ wahrgenommen wird* – steht bei Veblen in unmittelbarem Zusammenhang mit ebendiesem Gesetz der demonstrativen Verschwendung und mit dem Verlangen nach Prestige bzw. Prestigeerwerb: Geschmack wird nach Veblen geformt durch Prestigevorschriften, die sich aus dem Gesetz der demonstrativen Verschwendung herleiten, das wiederum in demonstrativer Muße und in demonstrativem Konsum realisiert wird. Nur nebenbei sei erwähnt, dass Veblen in seiner Theorie von zwei Grundannahmen im Sinn von anthropologischen Konstanten ausgeht, die seine auf die Oberschicht bezogenen und tendenziell kulturpessimistischen Ausführungen weiten und sie mit einer Art Gegenmodell konfrontieren: Veblen nimmt erstens an, dass es ein „natürliches Verständnis“ davon gebe, was „schön“ sei, wobei dieses „Schöne“ untrennbar mit dem „Zweckmäßigen“ verknüpft wird; und er führt zweitens das Konzept und den Begriff des „Werkinstinkts“ ein, der jegliche Verschwendung – sowohl von Gütern wie von Zeit – vermeiden möchte und der nach Veblens Auffassung längerfristig dem Gesetz der demonstrativen Verschwendung und seinen negativen Konsequenzen entgegenwirken könnte.⁸

Der Bade- und Kurort als Aufenthalt von Mitgliedern der Oberschicht ist, so scheint mir, der idealtypische Raum für jene Distinktionspraktiken, die Veblen als demonstrative bzw. stellvertretende Muße und demonstrativen bzw. stellvertretenden Konsum fasst. Die historische – eigentlich: kulturhistorische – Konstellation

7 Thorstein Veblen: *Theorie der feinen Leute. Eine ökonomische Untersuchung der Institutionen* [1899]. Aus dem Amerikanischen von Suzanne Heintz und Peter von Haselberg. 2. Aufl. Frankfurt am Main: Fischer-Taschenbuch-Verlag 2011. (= Fischer Taschenbuch. 17625.)

8 Diesen beiden Setzungen wird man sich womöglich nicht unbedingt anschließen wollen, zumal es im Rahmen von Veblens Thesenbildung eigentümlich erscheint, dass solcherart *un-, vor- oder nebegesellschaftliche* Konstanten überhaupt gedacht werden können. (Auf die regen soziologischen Diskussionen um Veblens Ansatz gehe ich nicht ein.)

tion, in der die entsprechenden Badegesellschaften situiert waren, ist die, die von Veblen als „scheinbar oder quasi-friedliche“ Epoche⁹ kategorisiert wird. Nur wenige Verbindungslinien zwischen Veblens Theorie und der gesellschaftlichen Praxis in den Bade- und Kurorten seien hier angedeutet. Einen der Kernpunkte von Veblens Analyse bildet die Beobachtung, dass „das Merkmal der müßigen Klasse im demonstrativen Vermeiden einer jeglichen nützlichen Tätigkeit“¹⁰ bei gleichzeitigem unübersehbarem Wohlstand und Komfort bestehe. Muße und Konsum werden in ihrer prestigefördernden Funktion quasi dadurch zusätzlich erhöht, dass Personen, die unmittelbar mit dem vornehmen Herrn verbunden sind, nämlich seine Dienerschaft und seine Ehefrau, sein Müßiggang- und Konsumpotenzial über seine eigene Person hinaus verlängern, also stellvertretenden Müßiggang und stellvertretenden Konsum pflegen. Im Fall der Dienerschaft bedeutet dies unter anderem, dass bei einem zunehmend ausdifferenzierten Dienstbotensystem die Pflichten

„allmählich ab[nehmen], bis sie schließlich nur noch rein formeller Natur sind. Dies gilt vor allem für jene Diener, deren Aufgabe ausschließlich in der Betreuung des Herrn besteht, so daß ihr Wert am Ende in der demonstrativen Befreiung von der produktiven Arbeit und in dem Zeugnis liegt, das sie damit von Macht und Reichtum ihres Herrn ablegen.“¹¹

Der Dienertyp, der hier angesprochen ist, ist der Lakai. In Bezug auf die Ehefrau sind es vor allem zwei Aspekte, in denen die stellvertretende Muße und der stellvertretende Konsum greifbar werden: erstens die (Kleider-)Mode, zweitens das auf die konkrete körperliche Gestalt bezogene Schönheitsideal. Beide müssen dafür zeugen, dass die betreffende Person jeglicher produktiven Tätigkeit enthoben ist bzw. zu solcher Tätigkeit überhaupt nicht imstande wäre. Kleider müssen, so Veblen, „teuer und unbequem“¹² sein, damit sie dem Gesetz der demonstrativen Verschwendung Rechnung tragen, und sie müssen im Fall der „angesehenen Frau“¹³ im Betrachter unmittelbar den Eindruck erwecken, „daß die Trägerin keine nützliche Arbeit verrichtet, ja dazu gar nicht in der Lage ist.“¹⁴ Das körperliche Schönheitsideal, das nach Veblen in den „begüterten Klassen Europas“ noch vorherrscht, obwohl es feudale Ursprünge hat, und das Veblen als das Ideal der „schmachtenden romantischen Frau“¹⁵ bezeichnet, wird durch die besonders zarte oder gar schwächliche Frau re-

9 Veblen, *Theorie der feinen Leute*, S. 191 (et passim).

10 Ebenda, S. 55.

11 Ebenda, S. 69.

12 Ebenda, S. 169.

13 Ebenda, S. 175.

14 Ebenda (et passim).

15 Ebenda, S. 146–147.



präsentiert, die „einer nützlichen Anstrengung nicht fähig ist, weshalb sie von ihrem Besitzer in Untätigkeit erhalten werden muß.“¹⁶

Neben Ehefrau und Dienerschaft bietet sich Veblen zufolge dem vornehmen Herrn eine weitere Demonstrationsfläche des Konsums und damit ein Instrument der Distinktion: die großzügige und zugleich strategische Einbeziehung von Außenstehenden in seine Verschwendung.

„Je mehr Reichtum sich in seinen Händen häuft, um so weniger reichen seine eigenen Kräfte aus, um den gewaltigen Besitz gebührend zur Schau zu stellen. Er nimmt deshalb Zuflucht zu Freunden und Rivalen, denen er wertvolle Geschenke macht und für die er kostspielige Feste veranstaltet. [...] [Diese] eignen sich besonders gut für den genannten Zweck. Der Rivale, mit dem der Gastgeber sich messen will, dient dabei als Mittel zum Zweck. Er konsumiert stellvertretend für seinen Gastgeber und wird so nicht nur zum Zeugen eines Übermaßes an guten Dingen, die sein Gastgeber nicht allein bewältigen kann, sondern auch zum Zeugen eines prächtigen Schauspiels, bei dem ihm eine vollendete Handhabung der Etikette vorgespielt wird.“¹⁷

Die Verbindungen zwischen den Beobachtungen Veblens und verbreiteten sozialen Erscheinungen in den Badeorten liegen auf der Hand: Im späten 17. und im 18. Jahrhundert, als die Badeorte – von den Quellenanlagen abgesehen – noch kaum über Infrastruktur verfügten, brachten zumal die besonders hochstehenden Badegäste alles an Personal und Bedarfsgegenständen mit, was ihnen eine Fortsetzung des gewohnten luxuriösen Lebensstils auch im Badeort ermöglichte. Sie praktizierten also hier in vergleichbarer Weise demonstrativen Konsum wie in ihrem gewöhnlichen Lebensumfeld, wobei der Badeort mit seiner räumlichen Begrenztheit, der beschränkten Anzahl der anwesenden Personen und dem spezifischen Tagesablauf Optionen für eine gegenüber dem Alltagsleben in ihrer Wirksamkeit noch gesteigerte Zurschaustellung von Verschwendung eröffnete. Die in den Badeort transferierte „mobile Ausstattung“ reichte von Bettzeug, Geschirr und Besteck über das Küchenpersonal bis hin zu allem, was dem Vergnügen und der Unterhaltung diente.¹⁸ Die Veranstaltung von Festen, Bällen, Gelagen, Jagden, Feuerwerken, musikalischen und Theateraufführungen, zu denen dann jeweils ein engerer oder weiterer Kreis der im Badeort Anwesenden geladen war, demonstrierte das wirtschaftliche Vermögen

16 Ebenda, S. 148. – Hingewiesen sei an dieser Stelle auf die immense Konjunktur des Weiblichkeitsdeutungsmusters der „femme fragile“ in der europäischen Kunst in der Entstehungszeit von Veblens Studie.

17 Ebenda, S. 85.

18 Zum Aufenthalt Philipp Franz von Schönborns in Schlangenbad im Mai 1722 etwa hält Bleymehl-Eiler fest, er sei „mit einem Gefolge von 166 Personen an[gereist], die zu seinem Schutz aufgebottenen Soldaten nicht eingerechnet. Auch brachte er seine gesamte Hofkapelle mit, unter ihnen sechs venezianische Musikanten, zahlreiche Sänger, Sängerinnen und einen Kastraten.“ Martina Bleymehl-Eiler: „Das Paradies der Kurgäste“ – Die Bäder Wiesbaden, Langenschwalbach und Schlangenbad im 17. und 18. Jahrhundert. In: *Badeorte und Bäderreisen in Antike, Mittelalter und Neuzeit*. Herausgegeben von Michael Matheus. Stuttgart: Franz Steiner Verlag 2001. (= Mainzer Vorträge. 5.) S. 53–80, hier S. 78.

des jeweiligen Gastgebers. Der Bade-Aufenthalt als solcher war gleichsam institutionalisierte Muße im Sinn der „nicht produktive[n] Verwendung von Zeit“¹⁹, wobei zu betonen ist, dass vor allem im 18. Jahrhundert der Aufenthalt in Elitebädern in allererster Linie dem Vergnügen und der Pflege und Erweiterung gesellschaftlicher Verbindungen, hingegen in sehr geringem Maß der Therapie diente, obwohl man die angebotenen Trink- und Badekuren selbstverständlich nutzte.

Ein interessantes Phänomen vor dem Hintergrund von Veblens Sozialanalyse scheinen mir die insbesondere im 19. Jahrhundert zahlreich anzutreffenden alleinreisenden weiblichen Kur- und Badegäste zu sein. Die schwächliche, womöglich sogar krankhaft zarte²⁰ Frau aus der Oberschicht, die sich wochen- oder monatelang in Badeorten aufhält, verkörpert das Ideal jener Frau, deren auf ihren Ehemann bezogene Aufgabe nach Veblen „nur noch in der stellvertretenden Muße besteht.“²¹ Sie stellt durch ihre Zartheit und ihre Ruhe- und Erholungsbedürftigkeit ihre „Arbeitsunfähigkeit“ aus²², die wiederum die finanzielle Potenz ihres Ehemannes belegt, und sie praktiziert durch die Vergeudung von Zeit und finanziellen Ressourcen stellvertretenden Konsum, der dem selben Zweck dient.

3. Schwalbach und Schlangenbad in Reiseberichten des 18. und 19. Jahrhunderts

3.1. Zur Textgestalt

Im Zentrum meiner Überlegungen stehen die beiden wichtigsten Beschreibungen der hessisch-nassauischen Badeorte Schwalbach und Schlangenbad aus dem 18. und 19. Jahrhundert. Der frühe Text erschien – ohne Autornennung – erstmals 1738 unter dem Titel *Amusemens des Eaux de Schwalbach, des Bains de Wisbaden et de Schlangenbad. Avec deux relations curieuses; l'une de la Nouvelle Jerusalem et l'autre d'une partie de la Tartarie Indépendante*; weitere französischsprachige Auflagen kamen bereits in den beiden Folgejahren heraus. Schon 1739 lag auch eine deutsche Übersetzung vor: *Amusemens des Eaux de Schwalbach oder Zeitvertreibe Bey den Wassern zu Schwalbach, Denen Bädern zu Wisbaden, und dem Schlangenbade; Nebst Zweyen lesenswürdigen Erzehlungen: Darunter die eine von dem Neuen Jerusalem, Und die andere von einem Theil Der unter Niemandens Bothmäßigkeit stehenden Tartarey handelt*. Als Verlagsort wird in allen Fällen Lüttich bzw. Liège genannt. Trotz intensiver Bemühungen ist es bisher nicht gelungen, herauszufinden, welche der beiden Persönlichkeiten, denen der Text im Laufe der Zeit zugeschrieben wurde, tatsächlich der Autor ist: der 1687 in Montpellier geborene Pierre-Joseph de La Pimpie de Solignac, Sekretär des polnischen Königs Stanislaus I. Leszczyński, oder der aus Neuchâtel gebürtige David François de Merveilleux (* 1682), Mediziner und

19 Veblen, Theorie der feinen Leute, S. 58.

20 Vgl. ebenda, S. 147.

21 Ebenda, S. 146.

22 Ebenda, S. 147.



Dolmetscher.²³ – Der spätere Text zu Schwalbach und Schlangenbad, *Bubbles from the Brunnens of Nassau*, dessen Autor sich hinter der Formel „an old man“ verbarg, wurde noch im Jahr seines ersten Erscheinens 1834 zweimal nachgedruckt und kam in der Folgezeit viele weitere Male an wechselnden Verlagsorten heraus. Bei dem „old man“ handelte es sich um den zur Zeit seiner Reise 39jährigen Sir Francis Bond Head, einen englischen Offizier und Beamten, der 1835 zum Lieutenant Governor der Provinz Upper Canada ernannt wurde. Den genauen Listen im *Verzeichnis der Kurfremden und Durchreisenden zu Bad Ems, Langenschwalbach, Schlangenbad und Weilbach* des Jahrgangs 1832 zufolge hielt Sir Francis sich von Mitte Juli bis Anfang September jenes Jahres im Gasthaus Englischer Hof in Schwalbach auf und verbrachte dann noch wenige Tage in Schlangenbad, wo unter seinem Namen im Neuen Badehaus mehrere Zimmer belegt wurden. Für die Schilderungen von Land und Leuten, die in den *Bubbles* gegeben werden, vor allem aber für die quasi-soziologischen Analysen, die als Exkurse in den Text eingeschaltet sind, ist interessant, dass der Ich-Erzähler des Reiseberichts allein unterwegs ist und auf sein Bedürfnis nach Ungestörtheit als Basis für seine Reflexionen wiederholt hinweist, während Sir Francis in Wirklichkeit mit Familie und Dienerschaft reiste. Die vom Ich-Erzähler genutzten und ausführlich beschriebenen Logier-Häuser sind allerdings diejenigen, die die Familie Bond Head auch tatsächlich bewohnte. Die wenigen Tage in Schlangenbad verbrachte man unter anderem mit Ihrer Königlichen Hoheit der Herzogin zu Württemberg [!], der Frau Burggräfin Rullmann und Seiner Durchlaucht dem Fürsten von Galizien aus Petersburg unter einem Dach.

Die beiden Reiseberichte, die jeweils etwa 350 Druckseiten umfassen, differieren in ihrer Struktur und ihrem Duktus erheblich, wovon unser Thema: das der Schilderung unterschiedlicher sozialer Schichten, ihres Verhaltens und gegebenenfalls ihrer Strategien der Distinktion, unmittelbar berührt wird. Für den Text aus dem 18. wie für den aus dem 19. Jahrhundert wurde die Perspektive des Ich-Erzählers gewählt, der Selbst-Erlebtes oder scheinbar Selbst-Erlebtes wiedergibt, doch tritt sehr rasch zutage, dass die Funktionen der Texte im Hinblick auf die Adressaten dieses Erzählens – und möglichen zukünftigen Besucher der Bäder zwischen Lahn und Taunus – sich gravierend unterscheiden. Der Ich-Erzähler der *Amusemens* macht die Leser in erster Linie mit dem vertraut, was man „Klatsch und Tratsch“ nennen könnte, bedient also – wenn man berücksichtigt, dass die hessisch-nassauischen Bäder im frühen 18. Jahrhundert zu den Luxus- und Elitebädern des deutschsprachigen Raums gehörten – in Kreisen, die die Badeorte womöglich selbst nicht aufsuchten, jenes Interesse, das heute von der Regenbogenpresse befriedigt wird; zugleich aber informiert er adelsintern über Pikanterien, Skandälchen und vor allem Intrigen. Von diesen Plaudereien über die Gepflogenheiten der Oberschicht während des Aufenthalts in den Badeorten weicht der Ich-Erzähler der *Amusemens* im Verlauf des Textes in zwei Richtungen ab: zum einen finden sich populärmedizinische Darle-

23 Der Historiker Rudolf Sillib hat nachzuweisen versucht, dass Merveilleux die *Amusemens* verfasst haben muss. R[udolf] Sillib: Der Verfasser der *Amusemens des Eaux de Schwalbach*. In: Mannheimer Geschichtsblätter 5 (1904), Sp. 89–90.

gungen, die über die spezifischen Anwendungsmethoden der Trink- und Badekuren und über deren Wirkung Aufschluss geben; zum anderen rücken die Berichte über Ereignisse in den Badeorten, die großteils den Anspruch erheben, Tatsachenberichte zu sein, immer wieder in den Bereich des Fiktionalen, und dies ausdrücklich in den beiden „Erzählungen“, die bereits im Buchtitel genannt werden, nämlich in den Erzählungen über das „Neue Jerusalem“ und über die „Unabhängige Tartarei“. Die Grenze zwischen Fiktionalität und Faktualität schwimmt allerdings auch hier, da es sich bei der Erzählung über das „Neue Jerusalem“ in Wahrheit um einen Bericht über die Zustände am Mannheimer Hof der Kurfürsten von der Pfalz handelt, wobei dieser Bericht innerhalb der *Amusemens* dadurch scheinbar beglaubigt wird, dass er als ausgeschriebener Text dem Ich-Erzähler „zufällig“ in die Hände gerät.

Bond Heads Darstellung in den *Bubbles* verfolgt mehr oder weniger explizit das Ziel, seine englischen Landsleute, die seiner Beobachtung nach bestimmte Reise-destinationen entweder in großen Scharen oder aber gar nicht ansteuern, genau, „objektiv“ und doch in einem anschaulich-unmittelbaren Stil mit den nassauischen Bädern bekannt zu machen. Tatsächlich führte die Veröffentlichung der *Bubbles* zu einem wahren Ansturm britischer Gäste auf die Taunusbäder, der für einige Jahre anhielt. Quantitativ werden die *Bubbles* von landeskundlichen Darstellungen und Landschaftsbeschreibungen dominiert. Der Ich-Erzähler gibt einen detaillierten Bericht über seine Reise von London über den Kanal durch Holland und Deutschland bis in den Taunus, schildert dann seine Aufenthalte in Schwalbach und Schlangenbad und die von dort aus unternommenen Ausflüge unter anderem nach Mainz, zum Kloster Eberbach und nach Selters, womit dem zukünftigen Taunusbesucher gleichsam Tourenvorschläge unterbreitet werden; die Darstellung endet mit einem Kapitel über die „Badmetropole“ Wiesbaden. Auch in diese Reisebeschreibung sind zwei „Erzählungen“ eingeschaltet: eine über die Geschichte der Malteserritter, eine zweite über die sagenumwobene Blutlinde bei der Burg Frauenstein (heute zu Wiesbaden). Der Charakter der *Bubbles* ist wesentlich davon geprägt, dass die Schilderung der Badeerlebnisse durch umfangreiche und mehrheitlich kritische Analysen von Aspekten des gesellschaftlichen Denkens und Handelns in England unterbrochen werden, für die eine Reihe von Beobachtungen, die der Ich-Erzähler in den deutschen Badeorten macht, als Anregung bzw. Auslöser dienen. Entsprechend sind diese Analysen zu weiten Teilen vergleichend angelegt. Die vier mit besonderer Ausführlichkeit behandelten Aspekte sind: erstens die Erziehung und Schulbildung, wie sie in England praktiziert werden, und ihre gesamtgesellschaftlichen und politischen Auswirkungen; zweitens die unterschiedlichen nationalen Traditionen im Umgang mit Pferden und in der Art und Weise, sie anzuschnitten – eine keineswegs nebensächliche Angelegenheit, da der Ich-Erzähler auch dies als Äußerung grundsätzlicher sozialer Haltungen in England bzw. auf dem Kontinent begreift; drittens die Behandlung von Diensthofen; und viertens die britische bzw. deutsche Auffassung vom Verhältnis zwischen den unterschiedlichen sozialen Schichten, wie es im alltäglichen Umgang zu beobachten ist. Der letztgenannte Aspekt ist für unsere Frage nach Distinktionspraktiken von zentraler Bedeutung.



3.2. Die *Amusemens*

Diejenigen Teile der *Amusemens*, die der Beschreibung der in Schwalbach und Schlangenbad vorherrschenden sozialen Praxisformen gewidmet sind, nehmen explizit oder implizit die Perspektive des „Ausländers“ ein: immer wieder werden die beobachteten Haltungen und Verhaltensweisen als „typisch für Deutschland“ kategorisiert, wobei als Vergleichsebene nicht „das Französische“ im Allgemeinen, sondern der in französischen Badeorten anzutreffende Umgang herangezogen wird. Der Vorgang des Vergleichens leitet die Darstellung in den *Amusemens* aber in einem noch viel weiteren Sinn: sämtliche beschriebenen Praxisformen erweisen sich als solche, die dem Muster des von Veblen so genannten „neidvollen Vergleichs“ folgen und damit der Distinktion im Rahmen der Badegesellschaft dienen – wobei das im Badeort demonstrierte oder gewonnene Prestige natürlich von der bereits zuvor gegebenen gesellschaftlichen Stellung der betreffenden Personen nicht zu trennen ist. Die hauptsächlichen Bereiche, in denen der „neidvolle Vergleich“ im Badeort realisiert wird, sind Tafelhaltung, Kleidung und Schmuck, Gegenstände des Gebrauchs sowie die verschiedenen Gelegenheiten des Zeitvertreibe, etwa Bälle, Theater und Konzert. Als eines der hervorstechenden Merkmale der vornehmen Badegäste identifiziert der Autor der *Amusemens* das Bedürfnis, die materiellen Güter, über die man verfügt, demonstrativ zur Schau zu stellen:

„Es ist ein grosser Unterscheid unter der Lebens-Art, wenn man die Wasser in Frankreich trinkt, und unter derjenigen, die man bey dergleichen Umständen in Deutschland beobachtet. In Frankreich wird man bey solchen Gelegenheiten niemals für gut befinden, mit Edelfgesteinen und köstlichen Kleidern ein Aufsehen zu machen. Die Deutschen vornehmen Herren hingegen und ihre Gemahlinnen legen zu Schwalbach alle ihre Reichthümer aus. Sie lassen so dann dasjenige sehen, was sie von bester Wäsche, von Kleidern, von Diamanten besitzen; Winter-Kleider und Sommer-Kleider, alles kommt zum Vorschein [...]. Gleichwie die Witterung an diesem Orte sehr unbeständig ist, daß sich Frost und Wärme an einem Tage wechselsweise zu verschiedenen malen verspühren lassen, also machen sich auch die Damen die Gelegenheit zu Nutz, ihre schönen Kleider, die auf verschiedene Jahrs-Zeiten eingerichtet sind, und ihre Staats-Kleider, in denen sie an ihrer Landesherrn Höfen erscheinen, sehen zu lassen [...].^[24] [...] Die Deutschen sind so begierig, ihr silbern Geschirr zu zeigen, daß sie keine einzige Gelegenheit vorbeystreichen lassen, solches auszuzeigen. Die Tafeln, Tablethen, Commoden ec. sind unterweilen in einer gantzen Reihe Zimmer damit besetzt, und das Schlafgemach ist mit verguldeten Gefäßen versehen [...]. Die Tische und Feuerschaukeln in dem Kamin sind mit silbernen Blättgen belegt, und von erhabener Arbeit, welches vornemlich für die Tische ziemlich unbequem ist [...]. Ein Ausländer siehet es mit Verwunderung

24 *Amusemens des Eaux de Schwalbach oder Zeitvertreibe Bey den Wassern zu Schwalbach, Denen Bädern zu Wisbaden, und dem Schlangenbade; Nebst Zweyen lesenswürdigen Erzählungen: Darunter die eine von dem Neuen Jerusalem, Und die andere von einem Theil Der unter Niemandens Bothmäßigkeit stehenden Tartarey handelt. Aus dem Französischen ins Deutsche übersetzt. Lüttich: Eberhard Kints 1739, S. 15–16.*

an, wenn man unter die grossen silbernen Gefässe, die man in den Zimmern aufstellt, bloß aus lächerlicher Einbildung auch die Löffel und Gabeln, die man bey Tische brauchet, und sogar die Caffè-Löffelgen mit aufstecket.“²⁵

Folgt man den detaillierten Beschreibungen der *Amusemens*, so darf man schließen, dass sich das Elitebad in idealer Weise als Raum des Aufeinandertreffens von nahezu schrankenloser Freigebigkeit als Qualität des vornehmen Herrn einerseits und Schmarotzertum andererseits eignete. Die Großzügigkeit, mit der etwa der Fürst von Nassau-Weilburg oder der Fürst von Thurn und Taxis alle Personen von Stand an „offener Tafel“ bewirteten, ermöglichte, ja erzwang einen stellvertretenden Konsum, der als Prestigeerwerb auf die Gastgeber zurückwirkte.

Praktiken der Distinktion prägten in den Taunusbädern nicht nur die Beziehungen der Angehörigen des Adels untereinander, sondern auch diejenigen zwischen den gesellschaftlichen Ständen. Die Beobachtungen, die die *Amusemens* hierzu treffen, sind nicht zuletzt deshalb von Interesse, weil sie in den Beobachtungen Francis Bond Heads aus dem 19. Jahrhundert gleichsam ein Gegenbild finden. Die *Amusemens* halten fest, dass sich in den Taunusbädern zwar ein sozial breit gestreutes Publikum einfand – besondere Aufmerksamkeit gilt dabei den Ehefrauen der reichen Frankfurter Kaufleute –, dass aber der deutsche Adel von seinem Denken in klar geschiedenen Ständen in nichts abrückte, was sich etwa in der Zusammensetzung von Tafelrunden und in den eingeschränkten Möglichkeiten Nicht-Adeliger, an den gebotenen Vergnügungen teilzunehmen, niederschlug. Eine mehrfach erwähnte soziale – letztlich: funktionale – Zwischenebene stellten die Herren Kammerräte dar, „denen man schmeichelt, weil jedermann dieser Herrn benöthigt seyn kann“.²⁶ Ball und Konzert waren Anlässe, bei denen der Adel dem Bürgertum unmissverständlich seinen Platz zuwies:

„Dabey ist noch zu merken, daß nur bloß der Adel auf einem Ball zu Schwalbach tanzet, doch läßt man auch wohl einigen Herrn Cammer-Räthen von W.** diese Ehre mit geniesen; denn was nicht Adelig ist, darf sich auch nicht unter den Adel machen. Gleichwohl kan jedermann dem Ball und dem Concert beywohnen, er muß aber hinter den Stülen sich aufhalten. Dieses ist ein Gebrauch, wovon der Deutsche Adel nicht das geringste nachläßt. Denn es ist in Deutschland nicht genug, wenn man in Betrachtung will gezogen werden, daß man Vermögen habe, und etwas aufgehen lasse, sondern man verlangt auch noch, daß er ein Mensch von gutem Herkommen sey.“²⁷

Im Spektrum der in Schwalbach veranstalteten Lustbarkeiten stellt das *Schauspiel* den interessantesten Fall eines nicht-elitären Anlasses dar. Bezeichnend ist allerdings, um welche Art von Schauspiel es sich dabei genau handelt und welches Distinktionspotenzial sich mit Blick auf das erwähnte Publikum dann doch eröffnet. Die

25 Ebenda, S. 21.

26 Ebenda, S. 3.

27 Ebenda, S. 7.



„Deutsche Comedie“ um die Zentralfigur des Hanswurst entspricht nämlich den *Amusemens* zufolge dem Geschmack der Damen und der Bürgerlichen. Hier wird eine Distinktion aufgrund der Kategorien Gender und sozialer Stand beobachtet, aus denen sich kulturelle Vorlieben gleichsam zwangsläufig zu ergeben scheinen:

„Ausser den Bällen, Concerten und Opern befindet sich auch eine Deutsche Comedie zu Schwalbach, der es an Beyfall bey den Damen und den Bürgerlichen nicht ermangelt, obgleich tausend grobe Zoten darinnen vorkommen, worüber die Deutschen dennoch von Herzensgrund lachen. Der Arlequin auf der Bühne, oder besser zu sagen, die lustige Person, nennet sich Hans Wurst. Diese Wurst ist hinten und vorne; und das Wort wird in jedem Stück wohl 200.mal wiederholet. Ein Stück hab ich spielen sehen, in welchem ein spielendes Frauenzimmer auf der Bühne in Ohnmacht fiel. Der Arlequin brachte ihr hierauf statt der Arzeney einen Teller voll Bratwürste, mit den Worten, es sey nichts kräftigers als dieses, die Schwachheiten und Unpäslichkeiten des Herzens zu rühren, und bezog sich dabey auf das Urtheil der anwesenden Damen. In diesen sehr schlecht ausgeführten Comedien, gehen viele seltsame Begebenheiten vor, und dienen insgemein den Verliebten zur Zusammenkunft; man gebraucht sich allda tausenderley unanständiger Freyheiten; Wie denn in diesen Versammlungen kein Platz von den andern unterschieden ist. Es befinden sich rings herum schlechte Sitze, wo sich ein jeder einflickt, so gut er nur kan.“²⁸

Mit Blick auf die in den *Amusemens* erwähnten „unanständige[n] Freyheiten“, für die das Schauspiel den „Verliebten“ einen Rahmen biete, sei an dieser Stelle zumindest angemerkt, dass der Badeort des späten 17. und des 18. Jahrhunderts als ein von weitreichenden Distinktionsbedürfnissen geprägter Raum zugleich einer gewesen ist, in dem die erotische Libertinage notorisch war. Dem wäre weiter nachzugehen.

3.3. Die *Bubbles*

Francis Bond Heads *Bubbles from the Brunnens of Nassau* liefern, darauf wurde bereits hingewiesen, ausgehend von einer Beobachtung des Verhaltens der Schwalbacher und Schlangengbader Kurgäste in den 1830er Jahren ausführliche vergleichende Analysen sozialer Haltungen in England einerseits und auf dem Kontinent andererseits. Was der Erzähler in Schwalbach und Schlangengbad – etwa gelegentlich der Mahlzeiten oder bei Begegnungen auf der Promenade – an sozialen Praxisformen wahrnimmt und in grundlegenden Kommentaren bewertet, findet sich wie durch einen Brennspeigel gebündelt in seiner Beschreibung der Wohnverhältnisse im Neuen Badehaus in Schlangengbad, in dem Sir Francis selbst logierte. In den *Bubbles* heißt es:

„The cell of the hermit can hardly be more peaceful than this abode: it is true it was not only completely inhabited, [...] but it was teeming with people many of whom are known in the great world. For instance, among its inmates were the Princess Romanow, first wife of the late Grand Duke Constantine of Rus-

28 Ebenda, S. 18–19.

sia – the Duke of Saxe-Coburg – the Prince of Hesse Homburg (whose brother, the late Landgrave, married the Princess Elizabeth of England) – a Prussian Minister from Berlin, and occasionally the Princess Royal of Prussia, married to the son of King Frederic William. No part of the building was exclusively occupied by these royal guests, but paying for their rooms no more than the prices marked upon the doors, they ascended the same staircase and walked along the same passages with the humblest inmates of the place. Yet within the narrow dominion of their own chamber, visitors were received with every attention due to form and etiquette. The silence and apparent solitude which reigned however in this new ‚Bad-Haus‘ was to me always a subject of astonishment and admiration. Sometimes a person would be seen carefully locking his door, and then with the key in his pocket, quietly stealing along the passage: at other times, a lady might be caught on tip-toes softly ascending the stairs; but neither steps nor voices were to be heard, and far from witnessing anything like ostentation, it seemed to me that concealment was rather the order of the day.²⁹

Die Badegesellschaft, die der Autor der *Bubbles* in Schwalbach und Schlangenbad vorfindet, ist eine äußerst heterogene: „being composed of Princes, Dukes, Barons, Counts, &c., down to the petty shop-keeper, and even the Jew of Frankfort, Mainz, and other neighbouring towns; in short, all the most jarring elements of society, at the same moment, enter the same room, to partake together, the same one shilling and eight-penny dinner.“³⁰ Zu seinem Erstaunen stellt der Ich-Erzähler fest, dass es innerhalb dieser sozial so gemischten Menge zwar Gruppen von Personen gibt, die dazu tendieren, sich relativ eng aneinander anzuschließen, dass diese Gruppen gleichwohl ohne Anstrengung ein und demselben Verhaltensmuster folgen und dass niemand versucht, Privilegien für sich in Anspruch zu nehmen. Dies zeichnet für ihn die Gesellschaft des Kontinents gegenüber der englischen Gesellschaft aus: dort werde jede gesellschaftliche Klasse von je eigenen Gesetzmäßigkeiten regiert, die unvereinbar seien und ein ungezwungenes und bedenkenloses Miteinander unmöglich machten.

„In England we are too apt to designate, by the general term ‚society‘, the particular class, clan, or clique in which we ourselves may happen to move, and if that little speck be sufficiently polished, people are generally satisfied with what they term ‚the present state of society‘; [...] In England, each class of society, like our different bands of trades, is governed by its own particular rules. There is a class of society which has very gravely, and for aught I care very properly, settled that a certain food is to be eaten with a fork – that others are to be launched into the mouth with a spoon; and that to act against these rules (or whims) shews ‚that the man has not lived in *the world*‘. At the other end of society there are, one has heard, also rules of honour, prescribing the sum to be put into a tin money-box, so often as the pipe shall be filled with tobacco, with various other laws of the same dark caste or complexion. These conventions, however, having

29 *Bubbles from the Brunnens of Nassau*. By an Old Man. London: John Murray 1834, S. 202–203.

30 *Ebenda*, S. 72–73.



been firmly established among each of the many classes into which our country people are subdivided, a very considerable degree of order is everywhere maintained; and, therefore, let a foreigner go into any sort of society in England, and he will find it is apparently living in happy obedience to its own laws; but if any chance or convulsion brings these various classes of society, each laden with its own laws, into general contact, a sort of Babel confusion instantly takes place, each class loudly calling its neighbour to order in a language it cannot comprehend. [...] is it not undeniably true, that it is practically impossible for all ranks of society to associate together in England with the same ease and inoffensive freedom which characterizes similar meetings on the continent?³¹

Als Basis für die kontinentalen Umgangsformen macht der Ich-Erzähler eine jedem Kind geläufige ständeübergreifende Norm aus, die er in den Begriff der „civility“ fasst: die Regeln des Anstands und der Höflichkeit werden – auch wenn der herausgehobene Rang eines Herzogs oder Barons außer Zweifel steht³² – auf dem Kontinent von allen Ständen in gleicher Weise respektiert. „It is this general, well founded, and acknowledged system which binds together all classes of society.“³³ Der Ich-Erzähler schildert zahlreiche Begegnungen in Schwalbach, die ihm die Gültigkeit dieser Norm anschaulich vor Augen gestellt haben, darunter eine mit drei Jungen im Wald:

„[...] in the middle of the forest, I saw [...] three labouring boys laughing together, each of their mouths being, if possible, wider open than the others; however, as they separated, off went their caps, and they really took leave of each other in the very same sort of manner with which I yesterday saw the Landgrave of Hesse Homburg return a bow to a common postilion.“³⁴

Seine Erlebnisse in Schwalbach und Schlangenbad führen den Ich-Erzähler der *Bubbles* zu der Überzeugung, dass die dortigen Badegesellschaften einschließlich der Einheimischen auf Strategien einer offensiven Distinktion weitgehend verzichten können. Es ist nicht zu übersehen, dass hier eine Idealisierung mit Blick auf Bond Heads englische Landsleute vorgenommen wird. Der deutsche Badeort wird gleichsam zu einem „Paradies des egalitären Miteinanders“. Ungeachtet der idealisierenden Tendenz der *Bubbles* wäre allerdings mit Rückbezug auf die etwa 100 Jahre zuvor erschienenen *Amusemens* zu fragen, inwieweit sich vom 18. zum 19. Jahrhundert tatsächlich signifikante Verschiebungen hinsichtlich der Distinktionspraktiken von Badegesellschaften ergeben haben.

31 Ebenda, S. 74–76.

32 Vgl. ebenda, S. 76.

33 Ebenda, S. 77.

34 Ebenda.

Motten und Ruinen

Über das symbolische Kapital von Sängern

Mit einem Exkurs über die Affäre Mallinger–Lucca

Von Michael Walter

„Die große Menge schwärmt für diesen oder jenen Komponisten, für diesen oder jenen Sänger, nur weil es so Mode ist. [...] War der Künstler einmal Mode, so konnte er thun und lassen, was er wollte. So lange ihm die Mode zur Seite stand war Alles gut, und wenn die heilige Cäcilie selber vom Himmel herunter gestiegen wäre, sie hätte nicht wagen dürfen, sich mit ihm zu messen“,¹

schrrieb Wilhelmine Schröder-Devrient über die Londoner Opernszene im 19. Jahrhundert. Dass der Erfolg eines Sängers oder einer Sängerin von Moden abhing, galt und gilt natürlich nicht nur für London und nicht nur für das 19. Jahrhundert.

Die Annahme, ein Sänger käme dann in Mode, wenn er gut singen könne, war allerdings eine damals wie heute im Feuilleton gepflegte Illusion, die nicht immer mit der Wirklichkeit zusammenpasste. Einer, der es wissen musste, resümierte 1941:

„Es wird oft gesagt, dass es, um eine große Opernkarriere zu machen, notwendig ist, eine großartige Stimme und eine hervorragende Ausbildung zu haben. Keineswegs! Ich habe Sänger gekannt, die ausgezeichnete Stimmen hatten, die vom Publikum ignoriert wurden. Und ich habe Künstler mit mittelmäßigen Stimmen gekannt, die trotzdem dem eingeweihten Publikum ebenso gefallen haben wie dem nichteingeweihten.“²

Das schrieb Giulio Gatti-Casazza, der immerhin mehr als 40 Jahre lang als Operndirektor des Teatro Comunale in Ferrara, der Mailänder Scala und der Metropolitan Opera in New York tätig gewesen war.

Sowohl die Abhängigkeit des Erfolgs von Sängern von der Mode, d. h. der Mode des Publikums, wie die Tatsache, dass gut singen zu können zwar nicht schadet, aber nicht essentiell für die Karriere von Sängern ist, widerspricht der These von John Rosselli, der in seinem maßgeblichen Buch über italienische Sänger der Meinung war, am Ende des 18. Jahrhunderts hätte sich für Sänger ein Markt herausgebildet, der nach dem Gesetz von Angebot und Nachfrage funktionierte. Voraussetzung für

-
- 1 Wilhelmine Schröder-Devrient zitiert nach Claire von Gluemer: *Erinnerungen an Wilhelmine Schröder-Devrient*. Leipzig: Barth 1862, S. 70–71.
 - 2 Giulio Gatti-Casazza: *Memories of the opera*. [ED New York 1941.] London: Calder 1977. (= Opera library.) S. 190: „It is often said that to have a great operatic career it is necessary to have a magnificent voice and extraordinary schooling. Not at all! I have known singers who had fine voices, whom the public ignored. And I have known artists with mediocre voices who, nevertheless, were pleasing to the initiated as well as the uninitiated public.“ (Übersetzung M. W.)





einen solchen Markt sei unter anderem die Menge von Angebot und Nachfrage, d. h. „eine größere Anzahl von Sängern und Theatern, die beide eine Reihe von Qualitätsstufen, Ansprüchen und Entgelten anbieten, mit genügend Möglichkeiten dafür, dass das Angebot auf jeder Stufe der Nachfrage entspricht (und umgekehrt).“³ Für einen Wirtschaftshistoriker war natürlich nichts so selbstverständlich wie die Tatsache, dass „Qualität“ – also vornehmlich die Qualität von Sängern als Sänger – eine entscheidende Rolle im Sängermarkt spielte.

Wenn der Sängermarkt nach solch rationalen Kriterien funktionieren würde, wäre die Bemerkung Giulio Gatti-Casazzas, der täglich mit dem Sängermarkt konfrontiert war, schlechterdings unverständlich. Ebenso unverständlich wäre die Tatsache, dass Sänger auch dann noch auftreten, wenn sie nur noch schlecht singen können – und trotzdem beim Publikum erfolgreich sind.

Denn wann auch immer der Niedergang einer Stimme einsetzt – er ist für viele Sänger bei weitem nicht das Ende der Karriere. Das lässt sich im übrigen nicht nur im 19. Jahrhundert, sondern auch heute gut beobachten. Dass der 75jährige Plácido Domingo immer noch Erfolge als Sänger feiert, obwohl er stimmlich mittlerweile anderen Sängern mehr als deutlich hörbar unterlegen ist, ist zumindest erstaunlich und wird noch erstaunlicher, wenn man bedenkt, dass Domingo in jüngster Zeit vom Tenor- ins Bariton-Fach⁴ gewechselt hat, in dem er im internationalen Vergleich nach objektiv-stimmlichen Kriterien kaum konkurrenzfähig wäre – was das jubelnde Publikum nicht stört. Auch an der 45jährigen Anna Netrebko scheint das Publikum die mittlerweile deutliche Überforderung durch italienische Belcanto-Rollen nicht zu beeindrucken. Sie ist in dieser Hinsicht durchaus Giulia Grisi im 19. Jahrhundert vergleichbar, die ein gutes Beispiel dafür ist, dass die Beliebtheit einer Sängerin oder eines Sängers nicht mit den gesanglichen Fähigkeiten korrelieren musste. 1851 war Grisi 40 Jahre alt und hatte nach zeitgenössischen Maßstäben ihren stimmlichen Zenit bereits überschritten. Zwischen 1847 und 1850 hatte in London Jenny Lind das „Jenny Lind-Fieber“ ausgelöst und ließ Grisi in den Hintergrund treten. Lind beendete ihre Bühnenkarriere jedoch überraschend, was in London wieder Raum für Grisi ließ. Sowohl Lind wie Grisi unternahmen nach Ende ihrer europäischen Bühnenkarrieren Amerika-Tourneen, bei denen das Sensationelle für die Amerikaner in den Gesangsauftritten, für die Europäer aber vor allem in den fantastischen Gagen lag, über deren Höhe, vor allem im Falle Grisis, die Zeitungen ausführlich berichteten.

Vor ihren Amerika-Konzerten 1854 hatte Grisi, von Blumenkränzen überschüttet, unter Hurra-Rufen und Tränen des Publikums mehrere Abschiedsvorstellungen in

3 John Rosselli: *Singers of Italian opera. The history of a profession.* Cambridge [u. a.]: Cambridge Univ. Press 1992, S. 79–80: „First, there must be at any one time a substantial amount of both supply and demand: an array of singers and theatres, affording on either side a number of levels of quality, pretensions, and fees, with enough opportunities for supply to meet demand (and vice versa) at each level.“ (Übersetzung M. W.)

4 Allerdings war die Stimme ursprünglich eine Bariton-Stimme.

London gegeben. Wie „ein Licht im Verlöschen“ sei noch einmal die Stimme in „bezaubernder Brillanz“ aufgeflammt⁵, berichtete ein Korrespondent. Allerdings ließ sich einige Jahre später konstatieren: „Seitdem trat die Grisi jedes Jahr zum letzten male auf, in dieser Saison aber zum allerletzten male.“ Gemeint war damit der August 1861. Der Autor beschrieb das stimmliche Vermögen Grisis als „die Reste einer wunderbar schönen Stimme“⁶. Und ein anderer bemerkte durchaus wohlmeinend: „Hat auch die Stimme die Jugendfrische verloren, und ist sie auch, wie strenge Kritiker behaupten, nur noch eine Ruine, so ist es doch eine prachtvolle Ruine“.⁷ Das war allerdings ebenfalls bei weitem nicht die letzte Abschiedsvorstellung Grisis. Doch erst 1866 stieß eine solche Abschiedsvorstellung auf Missfallen:

„Der Abend des 5. Mai sah in den Räumen dieses Theaters [Her Majesty's Theatre] einen ohnmächtigen Kampf gegen die Gesetze der Natur. ‚Blast zum Rückzug‘ ertönte alsbald das Commando. Madame Grisi, die schon etliche hundert Mal in allen Formen im Theater und Concerten vom Publicum Abschied nahm, ließ es sich nicht nehmen, die Langmuth des Publicums abermals auf die Folter zu spannen. Lucrezia Borgia [gemeint ist Donizettis Oper] war das Opfer. Einem enthusiastischen Empfang aber folgte auf dem Fuß die demüthigste Enttäuschung von beiden Seiten.“

Es sei ein „wahrhaft peinlicher Auftritt“ gewesen⁸. Das Publikum „empfing sie [Grisi] wie immer mit Acclamation und Enthusiasmus. Nach der ersten Arie aber verließ die Hälfte desselben das Theater, nach dem zweiten Acte^{9]} die andere Hälfte.“¹⁰

Die Tatsache, dass Sänger auch nach dem Verlust ihrer Stimme und nachdem sie mit anderen, jüngeren Sängern nicht mehr konkurrenzfähig waren, weiterhin vom Publikum bejubelt wurden, muss mit einem anderen – überraschenden – Sachverhalt kombiniert werden: Im Hinblick auf die Stars unter den Opernsängern sind wir im 19. Jahrhundert über nichts so gut unterrichtet wie über deren Gagen, die detailliert in Fachzeitschriften, Modezeitschriften und Tageszeitungen ausgebreitet werden. Da mochte es manchmal Irrtümer geben, etwa wenn um 1840 für die Gagen der Pariser Oper nur das im Vertrag ausgemachte Grundgehalt genannt wurde, nicht aber die Spielgelder („feux“), die mehr als ein Drittel der Gesamtgage ausmachen

-
- 5 Londoner Theater. In: Allgemeine Zeitung (Augsburg), Nr. 226 vom 14. August 1854, Beilage, S. 3611.
 - 6 Beide: Correspondenz. Aus London. September 1861. In: Deutsches Museum. Zeitschrift für Literatur, Kunst und öffentliches Leben 11 (1861), S. 518–522, hier S. 521.
 - 7 London, August. In: Morgenblatt für gebildete Leser 55 (1861), Nr. 37 vom 10. September, S. 887–888, hier S. 888.
 - 8 Beide: London, 20. Mai. In: Signale für die musikalische Welt 24 (1866), S. 514–515, hier S. 515.
 - 9 Gemeint ist nicht der zweite Akt, sondern der erste Akt. Der Autor zählt den Prolog ebenfalls als Akt.
 - 10 Opernpersonalien. In: Neue Zeitschrift für Musik 33 (1866), Bd. 62, Nr. 22 vom 25. Mai, S. 187.



konnten, oder es kam zu Übertreibungen oder zu Irrtümern bei Währungsumrechnungen. Aber das waren Ausnahmen. Im Großen und Ganzen waren die in der Presse angegebenen und häufig enorm hohen Gagen erstaunlich präzise. Impresari und Theaterdirektoren aber hatten das geringste Interesse an der Publikation der Gagen, denn üblicherweise forderte ein Sänger dann mehr, als dieser oder diese bekommen hatten. Aus diesem Grunde ist heute in der Regel in den Sängerverträgen eine Klausel enthalten, die den Sängern verbietet, ihre Gage öffentlich zu machen.

Es müssen im 19. – aber auch schon im 18. – Jahrhundert die Sänger selbst oder Personen aus ihrem Umkreis gewesen sein, die die Zahlen verbreiteten. Eine objektive Überprüfung der technischen Gesangkunst eines Sängers außerhalb jenes Theaters, in dem er sang, war in einem Zeitalter, das noch keine Tonaufnahmen kannte, nicht möglich. Diesen objektiven Maßstab für die Kunst eines Sängers schienen aber die Gagen zu bieten. Geht man, wie John Rosselli, von einem Markt für Sänger aus, der den Gesetzen von Angebot und Nachfrage folgte, also rationalen Kriterien, nach denen der Konsument (das Publikum) den höchsten Eintrittspreis für die beste stimmliche und darstellerische Leistung zahlt, dann wären die Spitzengagen das unmittelbare Äquivalent für Spitzenleistungen.

In Wahrheit waren Gagen natürlich nur der Maßstab der Attraktivität der Sänger beim Publikum eines Theaters und damit, wie 1872 richtig erkannt wurde, ein Reklamemittel sowohl für die Sänger wie für die Theater:

„Wenn eine Désirée Artot-Padilla bis nach Moskau hin wahnsinnige Erfolge erringt und mit kostbaren Geschenken fast erdrückt wird, so ist das wohl verdient. Sie ist eine außerordentliche Künstlerin in jeder Beziehung. Aber die lächerlichen Honorare, die gar keine Wertschätzung mehr ausdrücken und lediglich Reklame zu machen und aufzuschneiden bestimmt zu sein scheinen, und die ungemessensten, aberwitzigen und taktlosesten Auszeichnungen, die vom Börsenmann bis zum regierenden Fürsten hinauf jeder nach Kräften und Verstand zu vergeuden eilt, werden in einer Weise allgemein, daß man an den Gründerschwindel erinnert wird: es werden mit Anweisungen – in Form von Theater- oder Konzertbillets – auf imaginäre und unsinnig hoch berechnete Werthe persönlicher Fähigkeiten und Leistungen Spekulationsgeschäfte halsabschneiderischer Art gemacht.“¹¹

Was hier genannt wird, sind die Komponenten des symbolischen Kapitals eines Sängers: Gage, Auszeichnungen (noch heute ist der Titel „Kammersängerin“ ausgesprochen beliebt, obwohl er keine reale Bedeutung mehr hat) und Internationalität (darauf wird mit der Nennung des Moskau-Gastspiels angespielt). Die Kritik des Autors entzündet sich daran, dass es eben nicht die sängerische Qualität ist, die auf vielfältige Art und Weise honoriert wird. Sein Vorwurf der „Spekulationsgeschäfte“ geht allerdings von einer falschen Prämisse aus. Denn bei den Stars der Opernbranche zahlte und zahlt das Publikum eben nicht für die Gesangs-Leistung,

11 Bruno Meyer: Theater. In: Meyers Deutsches Jahrbuch 1 (1872), S. 345–382, hier S. 378–379.

sondern dafür, die Stars selbst auf der Bühne gesehen zu haben, den Rummel um sie mitzumachen, über die Aufführungs-Berichte kommunizieren zu können und nicht zuletzt sich dem Publikum anderer europäischer Metropolen gleichwertig zu fühlen, vor dem die Stars ebenfalls auftreten.

Der Gesangs-Star verdankte seine Existenz schon im 19. Jahrhundert wiederum einem geschickten Marketing („Reklame“), welches nicht zuletzt durch die ständigen Pressemeldungen möglich war, die nach Möglichkeit beeinflusst wurden. Sehr deutlich ist das an der spektakulären Affäre Lucca–Mallinger zu sehen.

Die Affäre Mallinger–Lucca

Pauline Lucca, 1841 geboren, hatte seit 1861 einen Lebenszeitkontrakt an der Berliner Hofoper. Mathilde Mallinger, 1847 geboren, war von 1866 bis Herbst 1869 an der Münchener Hofoper engagiert gewesen, von wo sie an die Berliner Hofoper wechselte. Beide waren, die eine in Berlin, die andere in München, zweifellos Stars des Ensembles und beim Publikum beliebt. Mallinger war 1868 zudem durch einen Skandal in die Schlagzeilen der überregionalen Presse gelangt. Sie stand im Mittelpunkt einer Eifersuchtsaffäre, in deren Verlauf sie von einem Grafen Arco-Valley in ihrem Salon mit einer Pistole bedroht wurde, die ihm jedoch von seinem Kontrahenten, dem Schauspieler Otto Düringsfeld (d. i. Baron Otto Schimmelpfennig von der Oye, den die Sängerin im folgenden Jahr heiratete¹²), unter Verabreichung einer Ohrfeige entwunden wurde. Ein anschließendes Duell wurde von der Polizei verhindert. Auch die Umstände von Mallingers Umzug nach Berlin wurden als skandalös empfunden, denn sie versteigerte kurzerhand ihr Münchener Mobiliar, darunter auch ein Pianino – das ein Geschenk des Königs war.

In der in Berlin entbrennenden Affäre Lucca–Mallinger dürfte auch der 1870 in Berlin um Wagners *Meistersinger* entflammte Parteienstreit eine Rolle gespielt haben. Ungeachtet der Tatsache, dass beide Sängerinnen das gleiche Repertoire hatten (und in Berlin auch sangen), war Mallinger – als Eva in den *Meistersingern* und Elsa im *Lohengrin* – unstreitig eine führende Wagner-Sängerin. Pauline Lucca hingegen war von Meyerbeer gefördert und an die Berliner Hofoper empfohlen worden. Zu ihren Paraderollen gehörte die Valentine in Meyerbeers *Les Huguenots*. Mallinger dürfte darum in der Auseinandersetzung die Wagner-Anhänger hinter sich gehabt haben, Lucca, die sich vertraglich ausbedungen hatte, keine Wagner-Rollen singen zu müssen¹³, die Wagner-Gegner. Die bevorzugten Rollen waren Teil des symbolischen Kapitals der Sängerinnen, insofern nämlich Mallinger das moderne deutsche Repertoire (also Wagner-Rollen) vertrat, während Lucca das ältere nicht-deutsche Repertoire vertrat, ein Unterschied, der nach dem Deutsch-Französischen Krieg

12 Üblicherweise wird das Datum der Hochzeit falsch angegeben. Mallinger heiratete Düringsfeld am 17. August 1869 in München (vgl. Signale für die Musikalische Welt 27 [1869], Nr. 42 vom 1. Juli, S. 696).

13 Vgl. Im Palais des Kaisers. In: Die Gartenlaube. Illustriertes Familienblatt (1872), H. 5, S. 80–82, hier S. 80.



1870/71 und der danach beginnenden Stilisierung Wagners zum deutschen Nationalkomponisten zumindest eine latente Rolle spielte.

Auch der Altersunterschied von sechs Jahren war im 19. Jahrhundert eine nicht zu vernachlässigende Größe. Schon 1868, als sowohl Mallinger wie Lucca Gastspiele in Leipzig gaben, wurde konstatiert, Mallinger stünde „an dem Anfang ihrer Ruhmeslaufbahn“, während Lucca „dieselbe zum großen Theile bereits zurückgelegt“ habe¹⁴. Lucca musste es darum um die Erhaltung ihres symbolischen Kapitals gehen, Mallinger um den Zugewinn an symbolischem Kapital. Ein solcher Zugewinn war zweifellos die Ernennung zur königlich preußischen Kammer­sängerin¹⁵ (ein Titel, den Lucca schon hatte) mit Beginn ihres Berliner Gastspielvertrags. Der Gewinn Mallingers war zugleich ein Verlust für Lucca, der ein Hervorhebungsmerkmal gegenüber Mallinger abhanden gekommen war.

In Berlin befand sich Mallinger in einer prekären Situation, denn der vorgesehene Zehnjahreskontrakt mit der General-Intendanz wurde nach einem Gastspiel auf Anstellung nicht unterzeichnet¹⁶, weil ihre Stimme angeblich zu angegriffen war. In Wahrheit war der Streitpunkt einmal mehr die von Mallinger geforderte Pensionsberechtigung nach fünf Jahren Dienstzeit¹⁷. Statt des vorgesehenen Kontrakts erhielt Mallinger einen sehr lukrativen dreijährigen Gastspielvertrag. Für das Publikum musste durch diesen Vertrag der Eindruck entstehen, dass Mallinger im Vergleich zu Lucca – zumindest aus Sicht der General-Intendanz – eine untergeordnete Position einnahm. Dies wurde auch dadurch verstärkt, dass Lucca lediglich eine Jahresgage von 8.000 Talern erhielt. Das war auch die Summe, die Mallinger für ihren Kontrakt gefordert hatte und die scheinbar abgelehnt worden war. Der dreijährige Gastspielvertrag sah allerdings, wie verschiedene bayerische Zeitungen berichteten, ein Honorar von 9.000 Talern vor und die Bezahlung jedes zusätzlichen Auftritts mit 250 Talern.

Die Konkurrenzsituation zwischen Lucca und Mallinger war zunächst nur latent vorhanden, weil Lucca bei den ersten Auftritten Mallingers nicht in Berlin war, wurde aber spätestens manifest, als letztere 1870 in Gounods *Faust* mit großem Erfolg die Margarete sang. Zwar hatte der Intendant von Hülsen bereits das Rollenmonopol für Sänger abgeschafft, aber dennoch ‚war‘ in Berlin die Lucca Margarete, sodass die Darstellung der Rolle durch Mallinger wohl auch vom Publikum als direkter Angriff auf Lucca wahrgenommen wurde. Als diese wiederum wenig spä-

14 O. Paul: Musikalische Zustände in Leipzig. Gastspiel des Fräulein Mallinger und der Frau Pauline Lucca. In: Wissenschaftliche Beilage der Leipziger Zeitung Nr. 75 vom 17. September 1868, S. 316.

15 Vgl. Schweinfurter Anzeiger Nr. 119 vom 21. Mai 1869, S. 481.

16 Der Vertrag mit der Berliner General-Intendanz sah vor, dass Mallinger im November 1869 sechs Gastrollen übernahm, danach sollte ein Zehnjahres-Kontrakt unterzeichnet werden. Vermutlich ging man in der General-Intendanz davon aus, dass man im Laufe des November die noch nicht abgeschlossenen Kontraktverhandlungen finalisieren könnte.

17 Vgl. Deutscher Theater-Correspondent 14 (1869), Nr. 16 vom 10. Mai.

ter ebenfalls die Margarete „auf allerhöchsten Befehl“¹⁸ sang, wurden demonstrativ Blumenbouquets auf die Bühne geworfen, die telegraphisch bestellt und per Bahn angeliefert worden waren. „Frau Mallinger empfand die Vorkommnisse als Zurücksetzung, als darnach angethan, ihr künstlerisches Renommée zu schmälern“, konstatierte Wilhelm Tappert¹⁹. Tatsächlich ging es um symbolisches Kapital, das sich in den unterschiedlichen Verträgen, in der Anzahl der auf die Bühne geworfenen Blumenbouquets oder im Publikumsapplaus beim Auftritt manifestierte.

Im März 1871 traten beide Sängerinnen (vermutlich zum ersten Mal gemeinsam) in *Le nozze di Figaro* auf. Mallinger als Susanne verabreichte Lucca als Cherubino statt des eigentlich vorgesehenen ‚Kusses‘ eine so fühlbare Ohrfeige (die aber, vermutlich in etwas milderer Form, ein üblicher Bestandteil ihrer Rollendarstellung gewesen zu sein scheint), dass sich Lucca weigerte, weiterhin mit Mallinger aufzutreten. Ob die Heftigkeit der Ohrfeige Absicht oder auf den „Kunstparoxysmus“²⁰ Mallingers zurückzuführen war, lässt sich kaum entscheiden. Zu diesem Zeitpunkt hatte sich das Publikum schon in Anhänger der jeweiligen Sängerin gespalten.

Am 27. Januar 1872 wurde in einer Vorstellung des *Figaro* Mallinger nicht mit Beifall begrüßt, Lucca hingegen von der Mehrheit des Publikums schon. Ein Teil des Publikums jedoch zischte laut, woraufhin Lucca, an das Publikum adressiert, „Ungezogenheit“ rief und die Bühne verließ, sodass der Vorhang fallen musste. Von der Mehrheit des Publikums herausgerufen, setzte Lucca aber die Vorstellung wieder fort²¹. Ihre Weigerung, sich beim Publikum zu entschuldigen, wurde mit Tumult und schließlich überwiegendem Beifall (vermutlich ihrer Anhänger) quittiert. Ob sich das Zischen auf Lucca selbst oder den beifallklatschenden Teil des Publikums bezogen hatte, blieb ungeklärt²². Unerwartet war der Skandal aber nicht. Der Generalintendant von Hülßen hatte nämlich Lilli Lehmann gebeten, ein Gastspiel in Danzig zu verschieben und der *Figaro*-Vorstellung in einer Loge beizuwohnen, da sie möglicherweise einspringen und die Rolle einer der beiden Kontrahentinnen weitersingen müsse²³.

Beide Sängerinnen forderten nach der Vorstellung ihre sofortige Entlassung, und Mallinger brach die Verhandlungen mit der General-Intendanz ab. Lucca wurde das Entlassungsgesuch nicht bewilligt, Mallinger verließ Ende April 1872 nach dem

18 Wilhelm Tappert: Musikbrief aus Berlin (Schluss). In: Musikalisches Wochenblatt. Organ für Tonkünstler und Musikfreunde 1 (1870), Nr. 22 vom 27. Mai, S. 343–346, hier S. 345.

19 Ebenda.

20 Augsburger Tagblatt Nr. 70 vom 12. März 1871, S. 667. Die Ohrfeige wird meistens in Zusammenhang mit der *Figaro*-Aufführung vom 27. Januar 1872 gebracht, was aber unzutreffend ist. Auch Lilli Lehmann: *Mein Weg*, 2., vermehrte Aufl. Leipzig: Hirzel 1920, S. 186, beschreibt die Ohrfeige detailliert im Zusammenhang mit dieser Aufführung, was zeigt, dass ihre Erinnerungen nicht immer zutreffend sind.

21 Fränkischer Kurier (Abendblatt) Nr. 59 vom 1. Februar 1872.

22 Vgl. Süddeutscher Telegraph (Ausgabezeit Abends) Nr. 27 vom 1. Februar 1872, S. 1.

23 Vgl. Lehmann, *Mein Weg*, S. 186.



Ende ihres Vertrags die Berliner Hofoper. Nichtsdestotrotz gingen die Auseinandersetzungen im Publikum weiter. In einer Vorstellung der *Lustigen Weiber von Windsor* erhielt Lucca demonstrativen lauten Applaus, der die Missfallenskundgebungen der „Mallingianer“ unterdrückte. Gleich dreimal wurde Lucca mit Blumenbouquets überschüttet. Lucca verfolgte in der Angelegenheit mittlerweile auch andere Interessen, denn da sie ein lukratives Angebot für eine Amerika-Tournee vorliegen hatte, musste sie versuchen, den Kontrakt in Berlin zu beenden, ohne kontraktbrüchig zu werden. Um das zu erreichen, schien die Affäre mit Mallinger gut geeignet zu sein²⁴.

Schon seit Jahresbeginn 1872 waren die Bedingungen Mallingers für einen neuen Vertrag, die auch Forderungen nach einer Pension, einem eigenen Garderobenzimmer und dem Gebrauch ihrer Berliner Kostüme auf Gastspielreisen enthielten, ein öffentliches Thema. Die beiden letzten Forderungen zielten sichtlich darauf ab, ihren Rang an der Hofoper zu erhöhen. Der Streit um Mallingers Forderungen und die Zurückweisung der Intendanz wurden auch über die Presse ausgetragen, die von beiden Sängerinnen über ihre jeweilige Sichtweise der Dinge informiert wurde, wobei wohl auch Anhänger Luccas versuchten, ungünstige Presseberichte über Mallinger zu lancieren. Die Berliner Zeitungsberichte wurden wiederum von anderen Zeitungen in Deutschland, aber auch von französischen Zeitungen übernommen und kommentiert.

Symbolisches Kapital, um das es hier ging, war öffentlich bestimmtes Kapital, weshalb beide Seiten ein Interesse daran haben mussten, die Affäre über die Presse auszutragen. Die Bemerkung, bei beiden Sängerinnen handele es sich um „arrogante Reklameheldin[n]en“²⁵, zeigt, dass man auch in der Öffentlichkeit erkannte, dass es hier um das symbolische Kapital beider Sängerinnen ging.

In einem Brief an die *Norddeutsche Allgemeine Zeitung* stellte Mallinger Gerüchte um ihre Forderungen bei den Vertragsverhandlungen klar²⁶, betonte, dass es sich dabei nur um eine Ausgangslage für Verhandlungen handle, wobei sie von ihren Forderungen in dem Maße abgehen würde, „als meine künstlerische Stellung mir erlauben will“. Aus dem Brief wird auch deutlich, dass sie allein einen mehrjährigen Kontrakt im Hinblick auf ihre „künstlerische Stellung“ für angemessen hielt. Da ihr dieser aber verweigert wurde, verlangte sie ein ihrem Rang angemessenes Honorar von 250 Talern je Auftritt. Im Hinblick auf die Frage der Pension war sie jedoch nachgiebig, was sich daraus erklärt, dass es hier um eine rein materielle Frage ging, die mit ihrem Renommee, also auch ihrem symbolischen Kapital, wenig zu tun hat-

24 Luccas Absicht war in Bühnenkreisen kein Geheimnis. Die 1870 an der Berliner Hofoper engagierte Lilli Lehmann berichtete: „Schon bei meinem Antrittsbesuch sagte sie [Lucca] uns, daß sie 1872 bestimmt nach Amerika ginge, und wenn sie keinen Urlaub erhielte, durchzugehen beabsichtige.“ Ebenda, S. 176.

25 Arnold Fecher: Berlin, 19. Februar 1872. In: Puck. Montags-Zeitung für die elegante Welt 3 (1872), Nr. 9 vom 26. Februar, S. 67–68, hier S. 67.

26 Vgl. Vermischtes. (Vom Theater. Die Mallingerfrage in Berlin.) In: Süddeutscher Telegraph Nr. 16 vom 19. Januar 1872, S. 6–7.

te, weil nur die aktuellen Honorare, nicht aber die späteren Pensionszahlungen den „Wert“ der Künstlerin in der Öffentlichkeit dokumentierten. Es ist bezeichnend, dass – wie schon 1869 – das Gerücht aufkam, Mallinger habe einen Lebenszeitkontrakt gefordert. Bei den veröffentlichten Verhandlungsbedingungen der Sängerin spielte diese Forderung keine Rolle, möglicherweise ist sie aber in einer frühen Phase der Verhandlungen dennoch gestellt worden. Ob es die Forderung gab oder nicht: Offenbar ging man in der Öffentlichkeit davon aus, es sei Mallingers Ziel, die Kontraktbedingungen Luccas zu erhalten, was eine Dokumentation des gleichen Rangs beider Sängerinnen gewesen wäre. Materiell, das musste auch Mallinger zugeben, war der Gastspielvertrag lukrativer als jede Festanstellung, wenngleich durch die fehlende Pensionszusicherung eine soziale Absicherung fehlte.

Zum symbolischen Kapital gehörten auch das Vorhandensein und die Anzahl der ‚Fans‘. Für beide Sängerinnen hatten sich mittlerweile regelrechte ‚Fanclubs‘ konstituiert. Lucca wurde nach einer Vorstellung von Gounods *Faust* im Januar 1872 von „einigen Frauenzimmern“²⁷ laut beschimpft. Am nächsten Abend wiederum empfangen Anhängerinnen Mallingers diese mit positiven Demonstrationen. Beides, so wurde allerdings vermutet, sei inszeniert und von bezahlten Damen durchgeführt worden²⁸. Jedenfalls konstituierte sich – es ist unklar, wann – im Laufe der ersten Jahreshälfte 1872 unter dem Namen „Mallinger-Treu“ ein ‚Fanclub‘ als Verein.

Die Affäre wurde durch Meldungen über zutreffende und unzutreffende Gastspielpläne Luccas und ein Duell zwischen Parteigängern der beiden Sängerinnen noch angeheizt. Die Meinungen in der Öffentlichkeit waren geteilt. Einerseits wurde darauf hingewiesen, Lucca sei beliebter beim Publikum als Mallinger, deren Vorstellungen angeblich leer blieben, andererseits hieß es, Mallinger habe der Berliner Hofoper den „besonders durch den ungezogenen und verhätschelten Naturalismus und die Anmaßung und Unverträglichkeit der Frau Lucca verloren gegangenen künstlerischen Sinn wiedergebracht“,²⁹ und kritisiert, dass Mallinger, deren Forderungen berechtigt seien, nie ein fester Engagementsvertrag, sondern nur ein Gastspielvertrag angeboten worden sei.

Mallinger schloss sich nach ihrem Vertragsende zunächst einer von Eugenio Merelli zusammengestellten Theatertruppe für St. Petersburg und Moskau an, erhielt aber 1873 einen Dreijahresvertrag von der Berliner Hofoper (wo sie bis 1882 bleiben sollte). Lucca wurde kontraktbrüchig und führte ihre Amerika-Tournee durch. In einem Brief an den Redakteur des *Fremdenblatts* aus Liverpool vom 31. August 1872 betonte sie jedoch, sie verlasse Berlin nicht des Geldes wegen, sondern weil ihre

27 Augsburgener Abendzeitung Nr. 19 vom 19. Januar 1872, S. 250 (Übernahme eines Berichts des Berliner Fremdenblatts).

28 Vgl. Augsburgener Abendzeitung Nr. 26 vom 26. Januar 1872, S. 350.

29 Meyer, Theater, S. 379.



„Ehre als Künstlerin“ durch die „feindliche Clique“³⁰ zu tief verletzt sei und sie sich einer solchen Situation nicht mehr aussetzen wolle. Die Begründung war allerdings, wie auch das *Fremdenblatt* feststellte, angesichts der Tatsache, dass Mallinger Berlin verlassen hatte und das Publikum Lucca zujubelte, kaum stichhaltig. Was Lucca zu retten versuchte, war ihr symbolisches Kapital, indem sie dem Vorwurf der Geldgier ihre Künstlerehre entgensetzte.

Bevor Lucca nach Amerika ging, reiste sie jedoch mit derselben Truppe, der auch Mallinger angehörte, nach Moskau. Dort wurde zwar Mallinger ausgezischt, weil man sie für eine Deutsche hielt, während Lucca Applaus erhielt³¹ (tatsächlich waren beide Österreicherinnen – Lucca war in Wien geboren, Mallinger in Zagreb). Von einer Konkurrenz der beiden Sängerinnen, über die die Zeitungen angesichts der Vorfälle in Berlin sicher berichtet hätten, war aber nichts mehr zu hören. Die kurze Tournee bot kein geeignetes Publikum, um symbolisches Kapital zu vermehren oder zu sichern.

Als Mallinger 1873 vom Publikum bejubelt an die Berliner Hofoper zurückkehrte, trat sie in gewisser Weise das Erbe des symbolischen Kapitals von Lucca an. Sie erhielt zwar – wieder hatte sie vergeblich einen Lebenszeitkontrakt gefordert – zunächst nur einen Dreijahreskontrakt, der ihr aber jährlich mehr als 10.000 Taler einbrachte³² und wahrscheinlich die Klausel enthielt, dass, sollte der Vertrag nicht verlängert werden, sie trotzdem ein lebenslanges Gehalt erhielt³³. Die jährliche Summe war aber geringer als die 1872 geforderte, was belegt, dass es damals mehr um das symbolische Kapital als um die tatsächliche Gage ging. Mallingers symbolisches Kapital wurde 1873 auch durch die Verleihung der Verdienstmedaille für Wissenschaft, Kunst, Industrie und Landwirtschaft des Großherzogtums Darmstadt vermehrt. Lucca versuchte, ihr symbolisches Kapital wenigstens ansatzweise zu retten, indem sie eine Konventionalstrafe von 8.000 Talern an die Berliner Hofoper zahlte³⁴, was aber nicht ausreichte, um ihr dort ein erneutes Engagement zu ermöglichen.



Symbolisches Kapital ist Kapital, dessen Besitz durch die Anerkennung des Publikums, also eine öffentliche Instanz, dokumentiert wird. Darum wundert es wenig, dass die Presse das geeignete Mittel war, um symbolisches Kapital zu erwerben:

-
- 30 Ein Abschiedsbrief der Sängerin Lucca. In: *Signale für die musikalische Welt* 30 (1872), Nr. 39 vom 11. September, S. 618.
- 31 Vgl. *Augsburger Allgemeine Zeitung* Nr. 297 vom 23. Oktober 1873, S. 4526.
- 32 Vgl. Heinrich Goll: *Theater*. In: *Meyers Deutsches Jahrbuch* 2 (1873), S. 237–264, hier S. 263.
- 33 Etwas andere Vertragsbedingungen als bei Goll werden im *Musikalischen Wochenblatt. Organ für Musiker und Musikfreunde* 4 (1873), Nr. 12 vom 21. März, S. 188, genannt, das auch diese Vertragsklausel erwähnt.
- 34 Vgl. Goll, *Theater*, S. 263.

„Große und reich dotierte Hofbühnen öffnen selbst dem halb talentirten Anfänger, besonders dem Sänger, ihre goldenen Pforten; von selbst bricht sich ein auftauchendes Talent durch die Leichtigkeit der Communicationsmittel in kürzester Zeit Bahn; sein Ruf wächst, durch die im Allgemeinen wohlwollenden Stimmen der mächtigen Journalistik getragen, in kürzester Frist lawinenartig“³⁵,

schreibt 1864 ein Beobachter.

Je mehr Theater, d. h. je mehr Publika die Attraktivität eines Sängers durch die Akzeptanz hoher Eintrittspreise infolge hoher Gagen bestätigten, desto mehr wuchs sein ‚Ruf‘. Der Beweis für die Bedeutung eines Sängers war nicht seine Stimme, sondern der erhöhte Eintrittspreis bei seinen Gastspiel-Vorstellungen. Darum waren Tourneen und Auftritte an verschiedenen Theatern – am besten im Ausland – unerlässlich. Die fast ausschließlich in Paris singenden französischen Sänger waren darum zwar manchmal berühmt, vermehrten ihr symbolisches Kapital aber nicht:

„Der Tenorist Duprez, der ruhig und behaglich von seinen Renten leben könnte, trägt in Deutschland die Reste seiner Stimme hausieren, wobei ihm jedoch nicht um die paar Louisdor Honorar, sondern nur um die französische Lieblingsspeise, die gloire, zu thun sein kann, die sich jedoch in ihr Gegenteil zu verwandeln scheint.“³⁶

Der damals 41jährige Duprez hatte nach seinen Anfangserfolgen in den frühen 1830er Jahren in Italien seit 1837 ausschließlich in Paris und erst 1844/45 in London gesungen, danach auch in Deutschland, wo jedoch mehrfach konstatiert wurde, dass seine Stimme nichts mehr taugte. Dieses Manko auszugleichen fehlten ihm aber die typischen Elemente des symbolischen Kapitals, vor allem die Gastspiele.

Zum symbolischen Kapital zählt auch der Ort des Auftretens. Manche Theater waren und sind prestigeträchtiger als andere. Schon im 17. Jahrhundert unterschieden sich die venezianischen Theater im Prestige (und darum auch in der gezahlten Gage), im 18. Jahrhundert war eine Anstellung an einem großen Hof prestigeträchtiger als an den meisten italienischen *stagione*-Theatern, und im 19. Jahrhundert war ein Engagement an der Berliner Hofoper prestigeträchtiger als eines an der Münchener Hofoper. Giulio Gatti-Casazza erwähnt in seinen Memoiren z. B., dass die Gagen für die Stars an der Metropolitan Opera häufig niedriger als an anderen Opernhäusern gewesen seien, was die Sänger angesichts des Werts und des Prestiges eines Engagements an diesem Opernhaus³⁷ für fair und vorteilhaft erachtet hätten. Und Ioan Holender, ehemaliger Direktor der Wiener Staatsoper, stellte lapidar fest:

35 Franz Wallner: Rückblicke auf meine theatralische Laufbahn und meine Erlebnisse an und ausser der Bühne. Berlin: Gerschel 1864, S. 66.

36 Feuilleton. In: Neue Musikalische Zeitung für Berlin 1 (1847), Nr. 16 vom 21. April, S. 143–144, hier S. 144.

37 Vgl. Gatti-Casazza, *Memories of the opera*, S. 303.



„Letztlich zahlt aber auch die Met [Metropolitan Opera] geringere Gagen als Houston und Köln mehr als Wien – je berühmter das Haus desto niedriger die Gagen.“³⁸

Die vom 17. bis ins frühe 20. Jahrhundert an Sänger verteilten Geschenke zählten – jenseits ihres materiellen Werts – ebenso zu den Mitteln, mit denen symbolisches Kapital generiert wurde, z. B. die vom Impresario oder einem Fürsten gestellte Equipage für Sängerinnen, bei der es auch auf die Ausstattung ankam. In Neapel war es im 18. Jahrhundert wohl weniger aus praktischen Gründen, sondern aus Prestige Gründen wichtig, nach Möglichkeit eine Equipage mit zugehörigen Läuffern zu haben. Henriette Sontag wusste im 19. Jahrhundert, dass die erhaltenen Geschenke geeignet waren, das symbolische Kapital einer Sängerin öffentlich zu demonstrieren: „Ich kann mich jetzt schon ganz in Brillanten stecken, jetzt habe ich alles, was zu einer Künstlerin gehört, um brillant aufzutreten. Ich habe von den hiesigen Sängerinnen den besten Schmuck, und das will viel sagen, denn die suchen ihresgleichen.“³⁹ Der Schmuck wurde auch auf der Bühne getragen, so dass das Publikum daran den Abstand des Rangs einer Sängerin wie Sontag von anderen Sängerinnen ablesen konnte. Nur am Rande sei erwähnt, dass zum symbolischen Kapital auch der florierende Devotionalien-Markt gehörte. In erster Linie sind hier die am Ende des 19. Jahrhunderts aufkommenden Porträtkarten zu nennen, die wohl von den Sängern selbst und häufig mit Autogramm verteilt wurden, aber auch Produkte wie *Henriette Sontag's Toilettenbüchlein. Ein Geschenk für Damen und Herren, die ihre Toilette geschmackvoll einrichten und in wenigen Stunden die Kunst sich selbst zu frisiren erlernen wollen; nebst Schönheitsmitteln, Rathschlägen und bewährten Rezepten, das Kopfhaar dicht zu erhalten, seinem Ausfall vorzubeugen, die Haare zu färben.*⁴⁰

Und schließlich zählte auch der Lebensstil eines Sängers zu seinem symbolischen Kapital und damit auch die Skandale: die angebliche Rivalität zwischen Faustina Bordoni und Francesca Cuzzoni in London 1726/27 machte beide nur interessanter für das Publikum, und zwar auch in Italien, erhöhte also ihr symbolisches Kapital. Ob in der *stagione* 1729/30 die Behauptung, beide wollten in Venedig nicht gemeinsam auf derselben Bühne stehen⁴¹, zutraf oder nicht, spielt keine Rolle, weil allein das Gerücht schon beide gegenüber anderen Sängerinnen hervorhob.

38 Ioan Holender. Je berühmter das Haus, desto niedriger die Gagen. Staatsopern-Chef Ioan Holender über schwarze Zahlen, Musicals und Verpflichtungen gegenüber dem Publikum. Interview von Uwe Friedrich und Jakob Buhre. In: Planet Interview vom 22. November 2001: <http://www.planet-interview.de/interviews/ioan-holender/33521/> [2015-10-27].

39 Zitiert nach Heinrich Stümcke: Henriette Sontag. Ein Lebens- und Zeitbild. Berlin: Selbstverlag der Gesellschaft für Theatergeschichte 1913. (= Schriften der Gesellschaft für Theatergeschichte. 20.) S. 69.

40 Stuttgart: Neff 1829.

41 Vgl. Johann Georg Keyßler: Fortsetzung Neuester Reisen, durch Teutschland, Böhmen, Ungarn, die Schweiz, Italien und Lothringen, worinn der Zustand und das merkwürdigste dieser Länder beschrieben wird. Hannover: Foerster 1741, S. 707.

Nur das Bewusstsein von der Ansammlung symbolischen Kapitals bei den Sängern kann erklären, warum diese manchmal nicht in Gagenhöhen, sondern in Differenzen zu den Gagen anderer Sänger dachten. Nellie Melba soll angeblich immer die höchste Gage im Ensemble gefordert haben – schon dieses Gerücht mehrte ihr symbolisches Kapital. Der Kastrat Giusto Fernando Tenducci forderte im 18. Jahrhundert in London eine Gage, die um eine Guinea höher war als die Forderung der Primadonna Gertrud Elisabeth Mara⁴² – ohne deren Gage zu kennen. Eine andere Sängerin teilte am Anfang des 19. Jahrhunderts dem Londoner Impresario bei den Vertragsverhandlungen mit, sie wolle nicht mehr, aber auch nicht weniger Gage bekommen als jene 2.500 £, die erste Sängerinnen wie Angelica Catalani oder Giuseppina Grassini erhielten⁴³. Ein Tänzer, dessen Vertragsforderungen ähnlich denen der Sänger waren, übertrieb es etwas und forderte in London nicht nur freie Tafel (ein durchaus üblicher Vertragsbestandteil), sondern wollte auch festgelegt wissen, dass das Essen jeweils aus drei Gängen bestehen müsse⁴⁴.

Freilich war das symbolische Kapital nur dann nutzbringend umzusetzen, wenn es eine Wirkung auf das Publikum hatte. Das war bei einem Ortswechsel nicht immer der Fall, wie schon 1776 ein Impresario feststellte: „Mit rother Dinte ist der vorzüglichen Beachtung empfohlen, daß man nicht unbedingt dem Rufe trauen soll, denn oft gefällt die Sängerin hier nicht, die dort in den Himmel gehoben wurde. Man bezahlt sie theuer, und sie gefällt nicht.“⁴⁵ Insbesondere europäische Sänger, die seit den 1830er Jahren in die USA gingen, mussten feststellen, dass ihr europäisches symbolisches Kapital rasch verspielt sein konnte:

„Das auffälligste Ergebnis war der Misserfolg von vielen dieser häufig ausgezeichnet ausgebildeten Künstlern [italienischen und französischen Sängern], für einen längeren Zeitraum ihre Popularität zu wahren. Ihre Triumphe wa-

42 Vgl. Otto von Riesemann: Eine Selbstbiographie der Sängerin Gertrud Elisabeth Mara. (Fortsetzung.) In: Allgemeine Musikalische Zeitung 10 (1875), Nr. 37 vom 15. September, Sp. 577–582, hier Sp. 582.

43 Vgl. E[dmund] Waters: A Statement of Matters relative to the King's Theatre. In: The Quarterly musical magazine and review 1 (1818), S. 239–265, hier S. 248.

44 Vgl. ebenda, S. 246.

45 Die alte Oper in Italien. (Schluß.) In: Figaro. Zugabe zur Flora (München) vom 28. Juli 1830, S. 13–14, hier S. 14. Es handelt sich hierbei um die deutsche Übersetzung der Notizen eines italienischen Impresarios: Memoria per dirigermi nell'impresa dell' Theatro, che io ho incominciata l'anno passato, et che finirò subito che sarò ricco, die laut dem deutschen Autor aus dem Jahr 1776 stammen. Tatsächlich wird der italienische Text (ohne Nennung seiner Herkunft) zitiert in: Supplement aux Remarques sur la musique, et la danse ou Lettres de M.^r G ... [!] a Milord Pembroke. Venedig: Palese 1773, S. 61–63. Die Autorin ist wahrscheinlich Sara Goudar, die Frau von Pierre Ange Goudar (freilich könnte auch Ange Goudar selbst der Autor gewesen sein). Jedenfalls waren beide aus eigener Anschauung ausgezeichnete Kenner der italienischen Oper und des Opernbetriebs. Auffallend ist die italienische Sprache des *Memoria*-Zitats, die darauf hinzuweisen scheint, dass es sich um einen echten Text handelt. (Beim französischen Text des Buches ist manchmal schwer zu unterscheiden, was satirisch übertrieben und was nur zugespitzt formuliert ist; es ist aber davon auszugehen, dass die auf ihren Kern reduzierten Aussagen zutreffen.)



ren normalerweise kurzlebig. Sie sind gekommen wie Sommer-Motten – haben im Feuer der Popularität gefunktelt – haben ihre Flügel versengt, und sind verschwunden⁴⁶.

Der Grund für die manchmal kurzlebige Popularität von Opernsängern in Amerika war, dass dem amerikanischen Publikum die europäische Tradition fehlte. Es war viel mehr am unmittelbaren Unterhaltungswert der Sänger interessiert als am Einkauf eines durch symbolisches Kapital genährten Mythos, weil das amerikanische Publikum mit den europäischen Konstituenten für das symbolische Kapital eines Sängers wenig anfangen konnte. Der Wahrnehmungshorizont der europäischen Opernszene durch das amerikanische Publikum reichte bis London und – vielleicht – Paris, aber nicht bis nach Italien oder Deutschland, ein Manko, das man in amerikanischen Tageszeitungen und Musikzeitschriften durch die Beschreibung der Karrieren von Sängern zu beheben versuchte. Dort wurde gewissermaßen das symbolische Kapital eines Sängers erklärt. Aber eine Erklärung dieser Art von Kapital reichte in einer Gesellschaft, deren Prämisse nicht Symbole, sondern reales *money* war, häufig nicht aus.

In Europa hingegen zeigte sich die Wirkung der Gesamtheit des symbolischen Kapitals sehr deutlich in dem in der Mitte des 19. Jahrhunderts fast inflationär gebrauchten Begriff der „Ruine“ für die niedergegangene Stimme einstmal großer Sänger. Nur selten wurde dabei eine negative Wertung vorgenommen wie etwa 1853 im Falle Antonio Tamburinis:

„Des seligen Tamburini lebende Ruine zeigte sich seinen frühern Anbetern und Anbeterinnen in derselben Rolle in der er vor dreißig Jahren aufgetreten, und hier ist das alte Sprichwort ‚Alte Liebe rostet nicht‘ zu Schanden geworden, denn die Liebe hatte sich in Mitleid verwandelt über das Unglück eines Sterns (verzeihen Sie mir die abgenutzte Metapher) der es nicht versteht im Moment seines Erbleichens sich zurückzuziehen um die Erinnerung an seinen Glanz ungetrübt zu lassen.“⁴⁷

Ob Mitleid oder nicht, der hier gemeinte Auftritt Tamburinis im Pariser Théâtre Italien war jedenfalls erfolgreich gewesen.

Meist ist die Wertung des Begriffs ‚Ruine‘ eine positive, wie etwa 1841 im Falle Giuditta Pastas: „Die herrliche Pasta gleicht jetzt auch einer Ruine, in der aber ein Echo versteckt ist, deren unverlierbare Stimme das alternde Gemäuer durchklingt

46 Clercpret [d. i. Isaac Clark Pray]: Teresa Parodi and the Italian opera. New York: Parsons 1851, S. 11: „The most conspicuous result has been the failure of many of these [sc. Italian and French vocalists], often highly educated artists, to maintain, for any long period, their places in popular esteem. Their triumphs, usually have been ephemeral. They have come like Summer moths – have glittered in the blaze of popularity – have scorched their wings, and have perished.“ (Übersetzung M. W.)

47 Theater in Paris. In: Allgemeine Zeitung (Augsburg) Nr. 335 vom 1. Dezember 1853, Beilage, S. 5354–5355, hier S. 5354.

und ewig belebt.⁴⁸ Pasta war damals übrigens 43 Jahre alt, was die Formulierung vom „alternden Gemäuer“ aus Sicht der Zeit rechtfertigte.

Die Beispiele für positive Wertungen, die mit dem Begriff der Ruine verbunden werden, lassen sich mühelos fortsetzen: „Die immer noch grossartigen Ruinen der Frau Schroeder-Devrient bleiben der Dresdner Hofbühne erhalten. Amerika wird sich trösten müssen⁴⁹. Oder: „Tamberlick, dieser Héros vergangener Zeiten,“ sei „nur noch als Ruine zu bewundern“⁵⁰ – aber er war eben zu bewundern. Herr „Pellegrini (Bass)“ sei „eine Ruine der ehemaligen hiesigen italiänischen Oper“, aber wenn er die Bühne betrete, „was manchmal geschieht, empfängt das Publicum, in seliger Rückerinnerung einstiger trefflicher Leistungen, seinen alt gewordenen Liebling [...] mit lautem Beifall.“⁵¹

Häufig wurde versucht, den Erfolg der Stimm-Ruinen beim Publikum mit den überragenden schauspielerischen Fähigkeiten zu erklären. Das ist allerdings wenig überzeugend, denn Sänger, die nicht mehr singen können, haben bei aller schauspielerischen Brillanz und Bühnenpräsenz ihren Zweck in der Oper verloren.

Im Bild der Ruine, die ihre ursprüngliche Funktion als Gebäude eingebüßt hat, verschränken sich Vergangenheit und Gegenwart, denn beim Anblick der Ruine schwingt ihre einstige Größe oder Schönheit als Erinnerung mit: „Große Ruinen haben etwas imponantes, das die melancholische Gegenwart durch ein lebhafteres Bild der Vergangenheit ersetzt“⁵², meinte 1859 der Geograph Jan Palacký⁵³. Gerade um die Mitte des 19. Jahrhunderts wird diese Eigenschaft der Ruine, und zwar auch in der Belletristik, eher betont als die ihr innewohnende Manifestation des Zerfalls. Die Vorstellung einer Erinnerung, die sich im Zerfallenen kundtut, erklärt den Erfolg der Sänger, deren Stimme nur noch als „Ruine“ wahrnehmbar ist.

Die Bewunderung für Sänger ohne Stimme hätte etwas Gespenstisches, wenn sie sich nicht dadurch erklären ließe, dass zur Bewunderung das immer noch vorhandene symbolische Kapital der Sänger Anlass gab, dessen Summierung der Mythos war. Der Mythos ist ein diskursiv entstandenes Konstrukt, das der Zeit enthoben ist und

48 Theodor Mundt: Eine Season in London. (Fortsetzung.) 4. An Dieselbe. In: *Zeitung für die elegante Welt* 37 (1837), Nr. 152 vom 7. August, S. 605–606, hier S. 606.

49 Nachrichten. In: *Berliner musikalische Zeitung* 3 (1846), Nr. 18 vom 2. Mai, S. [82].

50 Dur und Moll. In: *Signale für die musikalische Welt* 25 (1867), Nr. 2 (Januar), S. 30–37, hier S. 34.

51 E. Dr.: Aus München. In: *Niederrheinische Musik-Zeitung für Kunstfreunde und Künstler* 1 (1853), Nr. 2 vom 9. Juli, S. 12–13, hier S. 13.

52 [Jan] Palacký: Die Ruinen Carthago's. In: *Erinnerungen. Illustrierte Blätter für Ernst und Humor. Österreichische belletristische Monatsschrift* 39 (1859), S. 110. Der Abschnitt wurde Palackýs *Wissenschaftlicher Geographie* entnommen und beginnt mit dem vorhergehenden Satz „Die kleinsten Ruinen sind die traurigsten.“ Ebenda.

53 Der Sohn des als Historiker und Politiker berühmteren František Palacký, Jan Palacký, wurde Ende des 19. Jahrhunderts Professor an der tschechischen Universität in Prag.



also durch die unvermeidbaren biologischen Folgen des Alterns nicht beeinträchtigt wird (der mythische Gott altert ebenso wenig wie der mythische Sänger). Und den größten Anteil an diesem Mythos der Sänger, also ihrem Ruf, hatten die Gagen als Bestandteil des symbolischen Kapitals.

Noch im 20. Jahrhundert musste kein geringerer als Theodor Heuss, der 1951, als deutscher Bundespräsident, über seine frühere Tätigkeit als „Kultminister“ in Stuttgart nach dem Zweiten Weltkrieg berichtete, erfahren, dass es bei Gehaltsverhandlungen nicht nur auf das Geld, sondern auf das damit verbundene Prestige, also das symbolische Kapital ankam. Was er über Schauspieler berichtete, gilt ebenso für Sänger:

„Ich habe auch manchem Schauspieler gesagt: Warum liegt euch an dem Geld so viel? Der Staat nimmt euch von den erhöhten Sätzen doch wieder einen großen Teil an Steuer weg. Da merkte ich, es drehte sich wesentlich um das Prestige. Es wurde einfach eine bestimmte Gage gefordert, nicht eigentlich wegen des Geldes, sondern weil in einer Welt der Kunst und der Qualität auch diese Dinge einer tarifmäßigen Selbsteinschätzung eine ungeheure psychologische Rolle spielten und wohl noch spielen. Das ist, glaube ich, ein Element, das man in den Unterhaltungen, die Intendanten mit Stadträten und Stadtausschüssen zu führen haben, den Beteiligten klarmachen muß. Hier spielen bestimmte Imponderabilien in der beruflichen Selbstbewertung, wo man sie gar nicht sucht, eine unmittelbar praktische Rolle.“⁵⁴

Zu solchen Imponderabilien gehört auch, dass Sänger, vorausgesetzt, sie wollen nicht von der Bühne abtreten, nicht so lange singen, wie sie stimmlich noch dazu in der Lage sind, sondern singen, bis ihr symbolisches Kapital beim Publikum aufgebraucht ist. Ioan Holender schätzte den Zeitraum, in dem ein Sänger von seinem symbolischen Kapital lebt, auf über zehn Jahre.

„Selbstverständlich sind 50jährige Menschen noch total fähig, Großes zu leisten, aber nicht im Gesang. Ich habe da folgende goldene Regel: in den ersten zehn Jahren formt sich ein Sänger technisch, um eine volle Leistung zu bringen, das sollte mit 30 vollbracht sein. Dann hat er die besten Jahre im Alter von 30 bis 40, wo er die höchsten Leistungen bringt, und schließlich hat er einen Namen, an [!] dem er dann noch etwa 10 Jahre zehren kann. Daraufhin wird er immer schlechter und dann ist es aus.“⁵⁵

Holender gibt sich freilich an dieser Stelle einer Illusion hin, nämlich, dass der Erwerb eines „Namens“, d. h. von symbolischem Kapital, von den qualitativen Fä-

54 Theodor Heuss: Am Theater ist das aristokratische Element entscheidend. In: Reden zum Theater von Gustaf Gründgens, Theodor Heuss, Willi Brundert, Heinz Winfried Sabais, Walter Scheel, August Everding, Walter Wallmann, Hans Maier, Richard von Weizsäcker während der Jahreshauptversammlungen des Deutschen Bühnenvereins – Bundesverband deutscher Theater von 1949 bis 1987. Köln: Deutscher Bühnenverein 1988. (= Schriftenreihe des Deutschen Bühnenvereins. 3.) S. 19.

55 Holender, Je berühmter das Haus, desto niedriger die Gagen.

higkeiten der Sänger abhängt. Die Illusion manifestiert sich im gleichen Interview in der Formulierung, er habe sich sehr oft gefragt, „wer ein ‚Star‘ ist“, und in dem zugleich geäußerten Vorwurf, die „zweite Garnitur“ fordere überhöhte Gagen⁵⁶ (die Holender als Operndirektor auch zahlte). Holenders Unverständnis geht von der Annahme aus, die Qualität der Sänger habe etwas mit ihrer Gagenhöhe zu tun. Von seinem eingangs zitierten Kollegen Giulio Gatti-Casazza hätte er erfahren können, dass dies ein Irrglaube ist.

56 Ebenda: „Ja, man schluckt sehr oft und ich frage mich sehr oft, wer ein ‚Star‘ ist und wer nicht. Unverhältnismäßig teuer ist aber nicht unbedingt die erste Garnitur, sondern viel mehr die zweite Garnitur geworden, jene Sänger, die nützlich und passabel sind, teure Gäste sind. Ich nenne einen teuren Gast einen Sänger der zwischen 10.000 und 20.000 [DM] pro Abend bekommt, den kein Mensch kennt und der singt so, dass ich mir oft sage, ich würde den nicht einmal im Ensemble engagieren. Das ist sehr, sehr teuer, aber es passiert leider sehr, sehr oft.“ Die Formulierung „den kein Mensch kennt“ mutet in diesem Zusammenhang etwas merkwürdig an, denn Holenders Politik war es, die Gagen zu drücken, indem er möglichst junge Sänger engagierte. Davon, dass er reihenweise unbekannte Sänger der „zweiten Garnitur“ engagierte, ist allerdings nichts bekannt.



Ästhetik – Stil – Geschmack

Sowjetische Modediskurse in der Tauwetter-Zeit

Von Julia Hargaßner und Elena Huber

Das neue Konsummodell der nach-stalinistischen Chruščev-Zeit kann man als einen Versuch der sowjetischen Seite betrachten, sich an dem politischen, wirtschaftlichen und kulturellen Entwicklungsprozess in dem sich neu definierenden Nachkriegs-Europa zu orientieren. Die weitverbreiteten ideologischen Debatten der 1950er und 1960er Jahre über sowjetischen Stil und Geschmack zeigen, dass es auch in der Sowjetunion eine dem Westen vergleichbare Entwicklung von Mode-, Konsum- und Alltagskultur gegeben hat.

Unser Beitrag beleuchtet diese Entwicklung sowjetischer Mode- und Geschmacksdiskurse im Kontext von inter- und intrakulturellen Transfervorgängen in der Tauwetter-Periode, die nach dem Tod Stalins 1953 begann und über die Regierungszeit Chruščevs bis zum Machtantritt Brežnevs im Jahr 1964 dauerte, und bezieht Beispiele aus dem künstlerischen Diskurs dieser Zeit ein. Die ideologisch geprägten Definitionen von Mode, Stil und Geschmack und letztendlich die Strategien bei deren Umsetzung in der sozialistischen Alltagskultur der Tauwetter-Periode stehen im Zentrum des Beitrags. Hierfür wird das Konsumgut Kleidung als Beispiel genommen und anhand einiger Mode- und Frauenzeitschriften sowie anhand von Ratgeberliteratur analysiert. Zudem nutzen wir die wechselseitige Beeinflussung von Kunst und Realität – zumal der künstlerische Text, sei es als literarischer Text oder als Film, aus Zeichen besteht, die auch in der außerkünstlerischen Realität ihre Wirkmächtigkeit entfalten.

Ein Blick auf die Entwicklung der sowjetischen Kleidermode im Besonderen und der Konsumkultur im Allgemeinen seit den 1920er Jahren zeigt deutlich, dass trotz mangelhafter Versorgung mit Konsumgütern relativ bald nach der Revolution die Voraussetzungen für die Entstehung einer sowjetischen Mode gegeben waren.¹ Der ständige Wechsel von Übernahme und Ablehnung der westlichen Kultur sowie die von den Ideologen gesetzten Prinzipien der Schönheit und Ästhetik, die wiederum auf einer Auseinandersetzung mit denen des Westens basierten, zeigen, dass die sowjetische Modeentwicklung, so unsere These, nicht losgelöst von der „europäischen“ zu denken ist. Es lässt sich nachweisen, dass der historische Verlauf der westlichen Modeentwicklung signifikante Parallelen zur sowjetischen Kulturgeschichte aufweist und dass grundsätzliche Konzepte und Positionen der westlichen Modetheorie auch den sowjetischen Prinzipien der Schönheit und Ästhetik zugrunde liegen.

1 Siehe z. B. Elena Huber: *Mode in der Sowjetunion 1917–1953*. Wien: Präsenz 2011. (= *Angewandte Kulturwissenschaften Wien*. 18.)

Die Meinungen über die sowjetische Mode sind vielgestaltig, sie reichen von der Verleugnung ihrer Existenz über die Akzeptanz ihrer Widersprüchlichkeit bis zur Anerkennung des Phänomens. So stellt die britische Literatur- und Kulturwissenschaftlerin Emma Widdis die These auf, dass sowjetische Mode bald nach der Oktoberrevolution verschwunden sei, da sie unter den Gegebenheiten des Sozialismus, in dem das Kollektive dominiert, lebensunfähig gewesen sei.² Simmels These, dass die doppelte Funktion der Mode im Abgrenzen und Anschließen bestehe,³ begründet aber auch die Existenz sowjetischer Mode. Widdis stellt fest, dass Kleidung in der Sowjetunion die Funktion von Distinktion insofern erfüllte, als sie die Differenz zwischen Sowjetischem und Nichtsowjetischem bzw. dem Ausländischen und Westlichen markierte.⁴ Bemerkenswert ist, dass diese Unterscheidung von ‚Gutem‘ und ‚Bösem‘ bzw. ‚Eigenem‘ und ‚Fremdem‘ sowohl die sowjetische Welt von der westlichen trennte als auch innerhalb des Landes Klassenfeinde markierte. Somit stellte sowjetische Kleidung einen ideologischen Imperativ dar und diente zur Distinktion in der Gesellschaft.

Ende der 1940er Jahre schlug eine Beraterin des Moskauer Modehauses Naumova eine universelle Formel für sowjetische Mode vor: „Нужно соединить мечту и фантазию художника с мастерством конструктора и современной техникой производства.“⁵ Sowjetische Mode sei durch Demokratie, Massentauglichkeit, Klassenlosigkeit und allgemeine Zugänglichkeit gekennzeichnet und bilde eine Synthese des vaterländischen und des westlichen Designs.⁶ Vor allem aber sollte sowjetische Mode als Propagandamittel zur Entwicklung des guten sowjetischen Geschmacks fungieren.⁷

Im Zuge der Wiederbelebung der Beziehungen zum Westen während der Tauwetterzeit wurden Themen wie Schönheit und Ästhetik oder Mode und Geschmack verstärkt diskutiert. In Anbetracht zunehmender internationaler Beziehungen wurde befürchtet, dass die kapitalistische Alltagskultur die Grundlage der sozialistischen Lebensweise in Frage stellen könnte. Dies führte dazu, dass Mitte der 1950er Jahre das Konzept des sowjetischen Geschmacks entstand, das in erster Linie das Verhält-

2 Vgl. Emma Widdis: *Dressing the Part. Clothing Otherness in Soviet Cinema before 1953*. In: *Insiders and Outsiders in Russian Cinema*. Herausgegeben von Stephen M. Norris. Bloomington: Indiana Univ. Press 2008, S. 48–67, hier S. 50–51.

3 Vgl. Georg Simmel: *Die Mode*. In: *Die Listen der Mode*. Herausgegeben von Silvia Bovenschen. Frankfurt am Main: Suhrkamp 1986. (= edition suhrkamp. 1338. N.F. 338.) S. 179–207, hier S. 182.

4 Vgl. Widdis, *Dressing the Part*, S. 51.

5 Sergej Žuravlev und Jukka Gronov: *Moda po planu. Istorija mody i modelirovanija odeždy v SSSR 1917–1991*. Moskva: Centr RAN 2013, S. 101. „Man muss den Traum und die Fantasie des Künstlers mit dem Können des Designers und der modernen Produktionstechnik vereinen.“ (Übersetzung J. H.)

6 Vgl. ebenda, S. 102.

7 Vgl. ebenda, S. 103.



nis eines Individuums zu den Gegenständen des Alltags definierte.⁸ Aus wirtschaftlicher Sicht bedeutete dieses Konzept eine Rationalisierung, denn die Aufmerksamkeit des Konsumenten wurde gezielt auf die Waren gerichtet, die vorhanden waren. Das Konzept der sozialistischen Mode basierte auf den Begriffen „praktičnost“, Zweckdienlichkeit, „funkcional’nost“, Funktionalität, und „gigieničnost“, Hygiene.⁹ Das Fehlen jener unabdinglichen Komponenten der Mode, die wir aus dem westlichen Modediskurs kennen, nämlich der Konkurrenz und der Flüchtigkeit, wurde als Folge des sowjetischen Geschmacks erklärt. Im Rahmen dieses Konzepts wurde das Äußere der sowjetischen Menschen strikt reglementiert: Man sollte die Kleidung nach sozialen, beruflichen und zweckmäßigen Kriterien aussuchen. Demnach umfasste der Begriff Geschmack nicht einfach nur die Beziehung zu Mode und Konsum, sondern die gesamte äußere und innere Welt eines Menschen, also auch sein Verhalten, seine moralischen Normen und Einstellungen.

1956 kommt die leichte Musikkomödie *Karnaval’naja noč’* (*Die Karnevalsnacht*; UdSSR) in die Kinos – das Regiedebüt Ėl’dar Rjazanovs, eines der berühmtesten sowjetischen Regisseure. Der Film zeigt die Vorbereitung und Durchführung eines Karnevalsabends an der Schwelle zum Silvesterfest. Die Hauptfigur des Films, Lena Krylova, gespielt von Ljudmila Gurčenko,¹⁰ unternimmt alles, um den feierlichen Abend trotz der Einschränkungen des konservativen Direktors Kuznecov, gespielt von einer Koryphäe der sowjetischen Bühne, Igor’ Il’inskij,¹¹ so gut wie möglich zu organisieren. Der Konflikt zwischen den Generationen wird genrespezifisch oberflächlich ausgetragen, wobei die Kleidersprache dieser Komödie eine prägende Rolle für die filmische Darstellung der sowjetischen Gesellschaft spielt.



Abb. 1

Die Öffnung zum Westen kann an den Outfits der jungen Gastgeberin Lena Krylova nachverfolgt werden. Die junge Frau wechselt ihre Kleider während des dargestellten Abends fünf Mal, jedes ist ein Unikat: das dunkelgraue Kleid mit einem schmalen weißen Kragen (0:21:42), das blaue Kleid mit einem großen Ausschnitt und einem Volant (0:34:45), das weiße Kleid mit großen Paillet-

-
- 8 Vgl. Ol’ga Gurova: Ot bytovogo asketizma k kul’tu večej: ideologija potreblenija v sovetском obščestve. In: Ljudi i večiči v sovetskoj i postsovetskoj kul’ture. Herausgegeben von Ol’ga Echevskaia [u. a.]. Novosibirsk: izdatel’stvo Novosibirskogo gosuniversiteta 2005, S. 6–48, hier S. 18.
- 9 Vgl. Larisa Zacharova: Sovetskaja moda 1950–60ch godov. In: Teorija Mody, vesna (2007), S. 56–81, hier S. 58.
- 10 (Charkiw, Ukraine 1935 – Moskau 2011).
- 11 (Moskau 1901 – Moskau 1987).

ten, in dem Lena das dann berühmt gewordene Lied über die fünf Minuten singt (0:38:45), das braun-weiß karierte Kleid mit kurzen weißen Ärmeln (0:44:55) und die Apotheose des Abends – das schwarze Kleid mit einer weißen Fellmuffe (1:05:15) (Abb. 1). Der Kostümdesigner Konstantin Efimov schuf diese exquisiten Kleider in Anlehnung an Christian Diors „New Look“: Sie haben einen engen oberen Teil, eine betonte Taille und einen weit ausgestellten Rock. Diese Kleider passen nicht in das in der Sowjetunion breit propagierte Konzept einer einfachen, zweckdienlichen, funktionalen und bescheidenen Kleidung, sie sind vielmehr schön, auffallend, geradezu glamourös. Außerdem sind sie nach der Vorlage eines westlichen Designers konstruiert. Was war der Grund für einen solchen Bruch mit der sowjetischen Tradition? Diese Kleider manifestierten den Wohlstand der Sowjetunion und zeigten eine neue glückliche Welt, in der Freizeit, Mode und Spaß ihren verdienten Platz haben. Der Film *Karnaval'naja noč'* kann als Werbefilm für die neue Sowjetunion gesehen werden. Er entsprach den neuen nachstalinistischen Vorstellungen über das Sowjetische, bei denen die Kleidersprache eine tragende Rolle spielte. Überhaupt wird dieser Film als ein Megaphon der Mode in der Sowjetunion¹² bezeichnet, da mit der ersten Filmvorführung der Triumphzug Diors in der Sowjetunion einsetzte.

Die eleganten Kleider der Filmheldin fanden das besondere Interesse des Publikums und begeisterten es – wobei die Figur der Hauptdarstellerin mit einem Taillenumfang von 44 Zentimetern die Wirkung der Kleider noch verstärkte. Lena Krylova wurde zu einem *role model* für sowjetische Frauen: energisch, aktiv, schön und modisch gekleidet. Sowohl ihr soziales als auch ihr vestimentäres Verhaltensmuster wurde von Frauen in der UdSSR mit Begeisterung nachgeahmt.

Der Film *Karnaval'naja noč'* transferierte Christian Diors „New Look“ mit einem Abstand von zehn Jahren in die Sowjetunion. Drei Jahre danach, im Jahr 1959, kam Christian Dior selbst mit seiner neuen Kollektion nach Moskau und stellte dem sowjetischen Publikum seine Kreationen vor. Es war die erste Modenschau eines westlichen Designers in der Sowjetunion. Wenig überraschend zeigten die Zuschauer außergewöhnliches Interesse daran. Nicht alle konnten Sitzplätze im Theater ergattern, wo die Modenschauen stattfanden. Die Eintrittskarten wurden unter Parteifunktionären und der sowjetischen Elite verteilt. Es gab insgesamt fünf Vorstellungen, die alle ausverkauft waren. Eine davon wurde ausschließlich von Mitarbeitern des Bol'soj-Theaters belegt.¹³ Dennoch gelang es, diese Mode auch ‚einfachen‘ Moskowitern zu vermitteln: Diors Models gingen wie für den Laufsteg gekleidet und geschminkt auf die Straßen Moskaus und zeigten dort die neuesten Kleider der Kollektion. Die Begegnungen der Dior-Models mit sowjetischen Menschen von der Straße sind auf den Fotos des Magazins *Life* dokumentiert.¹⁴ Die Bilder geben eine friedvolle Konfrontation zweier unterschiedlicher Systeme wieder: die einfache, be-

12 Vgl. Zacharova, *Sovetskaja moda 1950–60ch godov*, S. 71.

13 Vgl. ebenda, S. 71.

14 Vgl. *Moscow Missions for GUVs and GALs*. In: *Life* vom 6. Juli 1959, S. 32–34.



scheidene und graue Welt der sowjetischen Realität entdeckt die bunte und stilvolle westliche Welt der Dior-Mode.

Die Mode der Tauwetter-Periode sowie zahlreiche Diskussionen rund um die Reformierung der angewandten Kunst sollte man also in erster Linie als einen wichtigen Teil der sowjetischen Innenpolitik betrachten, deren Aufgabe es war, den Alltag zu modernisieren und Konsum und materielle Kultur zu legitimieren. In den 1950er und den 1960er Jahren gewinnt die Konsumkultur plötzlich an neuer und interessanter Dynamik. Die Übernahme und Verbreitung der westlichen Kultur sowie die vom Staat ausgehende zunehmende Legitimierung von materiellen Dingen spielten dabei eine wichtige Rolle und können als kulturelle Indikatoren der ideologischen Entwicklung bis in die 1980er Jahre betrachtet werden. Darüber hinaus hängen diese fest mit dem Konzept des neuen Geschmacks zusammen, das einen Teil der Reformpolitik von Chruščev darstellte. Basierend auf seinem Erziehungsgedanken wurde der Kampf für den Kommunismus in den Hintergrund gestellt und stattdessen dem Motto „воспитание вкуса – одна из важных форм борьбы за становление советской социалистической культуры, за культурный рост всех советских людей“¹⁵ zentrale Bedeutung eingeräumt.

Gerade in dieser Zeit entstehen innerhalb der sowjetischen Gesellschaft gute Bedingungen für transkulturelle Phänomene, und es bilden sich Subkulturen, die sich mit der ‚fremden‘ Kultur auseinandersetzen und diese in die ‚eigene‘ transformieren. Ein Beispiel dafür stellt die „Stiljagi-Bewegung“ aus den 1950er und 1960er Jahren dar, die als Jugendsubkultur im öffentlichen Diskurs der Tauwetter-Periode äußerst präsent war. Diese Jugendsubkultur zeichnete sich durch einen sehr individuellen Kleidungsstil aus, der sich vom offiziell propagierten sowjetischen Stil stark unterschied und sich an westlichen Vorbildern in Musik, Bekleidung und Habitus orientierte. Die Stiljagi distanzieren sich durch ihr Äußeres von staatlich verordneten Normen und staatlich genehmigter Kleidungskultur. Die Grundlage der Stiljagi-Garderobe bildeten zunächst ausländische Kleidungsstücke, die nach dem Zweiten Weltkrieg mit der zurückgekehrten Armee in die Sowjetunion kamen, später waren es Kleidungsstücke, die die sowjetische Elite von ihren Auslandsreisen mitbrachte. Diese Protest-Bewegung der Jugend kann man in zwei Perioden teilen, wobei die letzte auf größere gesellschaftliche Toleranz traf. Auch hier lässt sich eine Wechselwirkung von gesellschaftlichen und künstlerischen Diskursen beobachten. Das zeigen z. B. die Erzähltexte Irina Grekova,¹⁶ die einen indirekten Vergleich zweier Stiljagi-Typen geben: So unterscheidet sie zwischen den Stiljagi aus dem Jahr 1956 und den Stiljagi der neuen Art aus dem Jahr 1961. Einer der alten Stiljagi wird in der Erzählung *Damskij master* (*Damenmeister*) wie folgt dargestellt:

15 Vgl. Nikolaj Žukov: Vospitanie vkusa. Zаметki chudozhnika. In: *Novyj mir* 10 (1954), S. 159–175, hier S. 159. „Die Erziehung des Geschmacks – eine der wichtigsten Formen des Kampfes für die Entstehung einer neuen sozialistischen Kultur und das kulturelle Wachstum aller sowjetischen Menschen“. (Übersetzung E. H.)

16 Pseud. für Elena Sergeevna Venttsel’ (Talinn 1907 – Moskau 2002).

„И еще среди множества танцующей обуви привлекли мое внимание огромные желтые полуботинки на чудовишно толстой рифленой подошве. [...] В этих полуботинках танцевал стилига. Не теперешний стилига, а старомодный, образца 1956 года. Он словно сошел живой со страниц ‚Крокодила‘ – в своем меш-коватом клетчатом пиджаке, коротких, дудочками брюках, с огромными ногами на рубчатой подошве, с длинными, неопрятными волосами... Старомодный стилига!“¹⁷

Diese Beschreibung entspricht der gesellschaftlichen Wahrnehmung der Stiljagi, wie sie bis zum sechsten Festival der Jugend und Studenten in Moskau im Jahr 1957 vorherrschte, und spiegelt eine negative Einstellung. Die Haltung zur späteren und neuen Stiljagi-Art ist hingegen in der Erzählung *Za prochodnoj* (*Hinter der Kontrollbude*) wesentlich positiver dargestellt: „В лаборатории о нем говорят: ‚Новый литературные тип – положительный стилига‘. [...] Красивый, стройный, причесанный – волосы одним куском, как лаки-рованное черное дерево. К его бледно-смуглому лицу очень идет светло-кремовая, до блеска отглаженная рубашка.“¹⁸

Der auf Oppositionen aufgebaute Vergleich zweier Stiljagi-Typen – unordentliche Haare vs. gekämmte Haare, sackartiges Sakko vs. cremefarbenes, gut gebügeltes Hemd – veranschaulicht zum einen die Phasen der vestimentären Entwicklung der Stiljagi und zum anderen den Wandel der gesellschaftlichen Rezeption¹⁹ bzw. Haltung gegenüber diesem Phänomen. Während das Stiljaga-Outfit der ersten Phase

17 Irina Grekova: *Damskij master*. In: I. G.: *Na ispytanjach*. Moskva: Sovetskij pisatel' 1990, S. 554–602, hier S. 583–584: „Und in der Menge der tanzenden Schuhe zogen gelbe Halbschuhe auf ungeheuer dicken gerieften Sohlen meine Aufmerksamkeit auf sich. [...] In diesen Halbschuhen tanzte ein Modeaffe. Nicht der heutige Modeaffe, sondern ein altmodischer, nach dem Vorbild des Jahres 1956. Er schien aus den Seiten des ‚Krokodils‘ lebendig geworden zu sein – in einem sackartigen karierten Jackett, in einer kurzen, engen Hose, mit den riesigen Füßen auf gerieften Sohlen, mit langen, unordentlichen Haaren. Ein altmodischer Modeaffe!“ (Übersetzung J. H.)

18 Irina Grekova: *Za prochodnoj*. In: Grekova, *Na ispytanjach*, S. 400–433, hier S. 406: „Im Labor sagt man von ihm: ‚Ein neuer Typ für die Literatur – ein Dandy‘, und doch positiv. [...] Er ist hübsch und schlank, das Haar glatt nach hinten gekämmt, wie ein Stück lackiertes Ebenholz. Zu seiner mattbraunen Haut passt das hellcremefarbene, sorgfältig gebügelte Oberhemd.“ Deutsch I. G.: *Hinter der Kontrollbude*. In: *Hinter der Kontrollbude und drei andere Erzählungen aus Sowjetrußland*. Tübingen: Wunderlich 1966, S. 11–66, hier S. 22.

19 Die beiden Übersetzungen der Erzählung ins Deutsche zeigen unter anderem die Rezeption der Stiljagi-Bewegung in der Deutschen Demokratischen Republik. Beide Übersetzungsvarianten vermeiden den Begriff Stiljagi und ersetzen ihn durch entweder „ein positiver Dandy“ (Grekowa 1966, S. 22) oder „der positive Geck“ (I. G.: *Hinter der Anmeldung*. In: *Sowjetische Erzählungen heute*. Herausgegeben von Fedor Abramow. München: Damnitz 1979, S. 269–318, hier S. 279), was auf die Unbekanntheit des Begriffs sowohl in der DDR als auch in der BRD zurückzuführen ist.



als unpassend zusammengesetztes Puzzle erscheint, werden in der späteren Phase Ordentlichkeit und Gepflegtheit hervorgehoben und positiv konnotiert.²⁰

Der innerkulturelle Transfer der Stiljagi-Mode fand in der letzten Phase dieser Bewegung statt, sie wurde nämlich von sog. „Peripherie-Stiljagi“ in sowjetischen Provinzstädten nachgeahmt. Diese versuchten mit den gegebenen Hilfsmitteln die Outfits der Hauptstadt-Stiljagi zu imitieren. Nachlesen lässt sich dieser innerkulturelle Transfer auch in dem Roman *Na solnečnoj storone ulicy* (*Auf der sonnigen Seite der Straße*) von Dina Rubina.²¹

Ein anderes Beispiel einer Art Subkultur in der sowjetischen Gesellschaft sind Schneiderinnen und Frauen, die selbst Kleidung nähen konnten und die das Gesehene oder das Erlebte im Prozess des Entwurfs und der Herstellung zu tatsächlicher Mode verwandelten. Auch hier ist ein vielschichtiger kultureller Austausch beobachtbar. Da sie einerseits den „Austausch von kulturellen Werten innerhalb des Landes, also etwa ‚zwischen sozialen Gruppen (und damit auch zwischen Klassen und Geschlechtern)‘“²² realisierten, andererseits ihre Schneiderkunst auch an westlichen Schnitten und Modellen orientierten, übernahmen und verbreiteten sie für die sowjetische Alltagskultur neue Vorstellungen, Normen und Werte.

Heimische Modedesigner und Ideologen übernahmen wiederum die Rolle der Modetheoretiker, sie gingen zweifellos von den westlichen Ansätzen der Bekleidungs-forschung aus, adaptierten diese für sowjetische Prinzipien von Stil und Geschmack und verbreiteten sie schließlich auf verschiedene Art über die Medien. Dadurch entstanden neue Formen kultureller Verbindungen, der Begriff Mode wird legitimiert, weil eine Umschreibung ihrer Definition und Funktion stattfindet: „[...] простая и красивая одежда – это и есть современный стиль советской одежды. Стиль вовсе не ругательное слово, а совокупность признаков, присущих искусству каждой эпохи. [...] Современная мода – ежегодное и сезонное изменение форм одежды в пределах единого современного стиля.“²³ Am Beispiel zahl-

20 In der zweiten Phase der Stiljagi-Bewegung folgten „štatniki“, vom Wort „štaty“, (Vereinigte) Staaten (von Amerika, also USA); gemeint ist damit der Business Style erfolgreicher US-amerikanischer Geschäftsmänner. Vgl. dazu Julia Hargaßner, Eva Hausbacher und Elena Huber: Stiljagi – eine westliche Modeinvasion? Kulturtransfer und Kleidermode in der Sowjetunion. In: Kleiderfragen. Mode und Kulturwissenschaft. Herausgegeben von Christa Gürtler und Eva Hausbacher. Bielefeld: transcript 2015. (= Fashion studies. 4.) S. 117–138.

21 Vgl. Dina Rubina: *Na solnečnoj storone ulicy*. Moskva: Ėksmo 2006, S. 219.

22 Peter Burke: *Kultureller Austausch*. Aus dem Englischen von Burkhardt Wolf. Frankfurt am Main: Suhrkamp 2000. (= edition suhrkamp. 2170.) S. 12, hier nach: Gertrud Lehnert: Mode als Medium des Kulturtransfers im 18. Jahrhundert. In: *Höfe – Salons – Akademien*. Kulturtransfer und Gender im Europa der Frühen Neuzeit. Herausgegeben von Gesa Stedtman und Margarete Zimmermann. Hildesheim [u. a.]: Steiner 2007, S. 309–340, hier S. 314.

23 Boris Brodskij: *O ponimanii mody*. In: *Dekorativnoe iskusstvo 1* (1961), S. 40–42: „[...] einfache und schöne Kleidung – das ist ja der moderne Stil sowjetischer Kleidung. Stil ist gewiss kein Schimpfwort, sondern eine Gesamtheit von Kriterien, die charakteristisch sind

reicher weiterer öffentlicher Wortmeldungen über sowjetischen Stil wird klar, dass Mode in eine komplexe Maschinerie von politischen, wirtschaftlichen und kulturellen Institutionen eingebunden wurde. Nicht nur der Mangel an Kleidung in einer von Defizit geprägten Wirtschaftslage, sondern auch das Streben nach Individualität erzeugten schon damals „Konstanten oder zumindest notwendige Bedingungen von Mode“; das „ästhetische Vergnügen an Kleidern und Schmuck“, die Lust an der Selbstinszenierung – wie Gertrud Lehnert dies beschreibt – konnten durch die individuelle Herstellung und das Selberrähen befriedigt werden.²⁴

Eine Metapher aus dem bereits erwähnten Roman Dina Rubinas, *Na solnečnoj storone ulicy*, die stilistisch eine weiblich markierte Tätigkeit aufwertet, veranschaulicht die Einstellung vieler sowjetischer Frauen zum Nähen. Dort heißt es: „Бабка Лена сидела в прохладной комнате за швейной машинкой, стрекотала.“²⁵ Das zirpende Geräusch der Nähmaschine bzw. das Verb „zirpen“ (russ. „strekotat“) verleiht der Tätigkeit des Nähens eine beflügelnde Leichtigkeit, die aufgrund ihres onomatopoetischen Ursprungs eine befreiende Konnotation evoziert. Die durch die Klangmalerei bedingte Freiheit bezieht sich zum einen auf die Möglichkeit, sich selbst mit der gewünschten Kleidung zu versorgen, und zum anderen auf die, dem Alltag zu entfliehen und die kreative Rolle des Künstlers bzw. des Designers zu übernehmen, was viele Frauen dieser Zeit sowohl in den literarischen Texten als auch in der Realität tun.

Die individuelle Herstellung von modischer Kleidung kann zwar einerseits als subkulturelles Phänomen gesehen werden, gleichzeitig wurde diese aber von der Regierung eifrig unterstützt, indem z. B. Nähanleitungen und Schnittmuster publiziert und Nähkurse angeboten wurden. Diese Kurse, die es in fast jeder sowjetischen Stadt gab, waren sehr populär. Auch in dem Roman *Perelom* von Irina Grekova schreibt sich eine der Protagonistinnen in einen derartigen Kurs zu „Designen und Nähen“ ein. Im Redefluss der Heldin steht dieser Kurs unmittelbar neben ihrer Vorstellung von Glück: „Записалась на курсы кройки и шитья. Человеку все доступно, жизнь очень была счастливая.“²⁶ Das Nähen verleiht ihr das Gefühl, eigene Handlungsmacht zu haben, und vermittelt ihr ein Glücksgefühl.

Um die Existenz der Mode in der sowjetischen Gesellschaft zu begründen, unterschied man im öffentlichen Diskurs darüber prinzipiell und zumindest theoretisch

für die Kunst der jeweiligen Epoche. [...] Die zeitgenössische Mode ist eine jährliche und saisonale Veränderung der Formen der Kleidung im Rahmen eines einheitlichen zeitgenössischen Stils.“ (Übersetzung E. H.)

- 24 Gertrud Lehnert: *Mode. Theorie, Geschichte und Ästhetik einer kulturellen Praxis*. Bielefeld: transcript 2013. (= *Fashion Studies*. [1.]) S. 21.
- 25 Rubina, *Na solnečnoj storone ulicy*, S. 146: „Oma Lena saß im kühlen Zimmer beim Nähen an der Nähmaschine und zirpte.“ (Übersetzung J. H.)
- 26 Irina Grekova: *Perelom*. In: Grekova, *Na ispytanijach*, S. 103–240, hier S. 116: „Ich habe mich in den Kurs für Designen und Nähen eingeschrieben. Man kann alles erreichen, das Leben war sehr glücklich.“ (Übersetzung J. H.)



zwischen „westlicher“ und „sowjetischer“ Mode, wobei die Definition der „westlichen“ Mode negativ besetzt war. Genau das war aber wichtig, dadurch rechtfertigte man die Existenz der „sowjetischen“ Mode: „Чаще всего в слова ‚западная мода‘ мы вкладываем определенный смысл, называя так все чуждое нам, вычурное, экстравагантное в одежде“²⁷ – so die sowjetische Modetheoretikerin Ljudmila Efremova in einem Text aus dem Jahr 1965. Gleichzeitig wurde über die Differenz von Mode und Tracht die Charakteristik der sowjetischen Mode verhandelt: „Всю одежду принято делить на два основных типа: национальную и европейскую.“²⁸ Dabei geht die aktive Nutzung der Volkskultur, die zum wichtigen Anhaltspunkt für die sowjetischen Künstler und Modeschaffenden in den 1950er und 1960er Jahren wurde, auf die vorrevolutionäre Zeit zurück. Der Rückgriff auf nationale Quellen sollte aber zu diesem Zeitpunkt den rasanten Trendwechsel in der Mode regulieren und diese damit von der fremden Kultur zumindest offiziell abgrenzen.

Kleidung charakterisiert Figuren im literarischen oder filmischen Text, manchmal reicht ein Detail, um eine Figur positiv oder negativ zu kennzeichnen und damit eine anti-westliche Ideologie zu transportieren. Sveta aus dem Film *Sverstnicy* (*Altersgenossinnen*; 1959, UdSSR, Regie: Vasilij Odyinskij), ein auf die schiefe Bahn geratenes Mädchen, feiert in einem Restaurant mit ihrem Freund und einem weiteren jungen Mann, der zunächst rein äußerlich auffällt. Er ist elegant gekleidet und trägt ein dunkelblaues Sakko, ein weißes Hemd, dunkle Hose und ein buntes Halstuch, das die Figur negativ markiert. Im Unterschied zu allen anderen männlichen Figuren, die sich im Raum befinden, schmückt sich nur er mit einem bunten auffälligen Halstuch. Als Sveta und ihre Begleitung zu einer Versammlung des Komsomolkomitees geführt werden, auf der sie für ihre Lebensweise gerügt werden, wird auch das Halstuch angesprochen. Ihr Unwille zu arbeiten wird unmittelbar mit dem Äußeren verbunden. Der junge Mann mit dem Halstuch behauptet, dass Leute erst ab vierzig fleißig arbeiten müssen sollen. Darauf bemerkt eine junge Frau (0:18:04f.): „Шарфик на нем!“²⁹ Ihr Nachbar



Abb. 2

-
- 27 Ljudmila Efremova: I modno i krasivo. In: *Ėstetika povedenija*. Herausgegeben von Valentin Tolstych. Moskva: Iskusstvo 1965, S. 67–112, hier S. 78: „Meistens verleihen wir dem Begriff ‚westliche Mode‘ eine bestimmte Bedeutung, indem wir sie als etwas Fremdes, Gekünsteltes, Extravagantes in der Kleidung bezeichnen.“ (Übersetzung E. H.)
- 28 Ljudmila Efremova: O kul'ture odeždy. Moskva: Iskusstvo 1960, S. 27: „Es ist üblich, sämtliche Bekleidung auf zwei wesentliche Arten zu trennen: nationale und europäische.“ (Übersetzung E. H.)
- 29 „Das Halstuch, das er trägt!“ (Übersetzung J. H.)

setzt fort: „Шарфик богатый!“³⁰ Der junge Mann kontert: „Шарфик отечественный!“³¹ Auf diese Weise möchte er sich vor der Beschuldigung schützen, ausländische Kleidung bzw. Mode zu propagieren und dadurch negativ abgestempelt zu sein, denn das Ausländische wird als Fremdes, d. h. auch Feindliches wahrgenommen (Abb. 2).

Trotz der offiziell propagierten Unterschiede zwischen der sowjetischen und der westlichen Mode befürworteten es sowjetische Modespezialisten, von den Pariser Haute-Couture-Modedesignern zu lernen. Die Übernahme bestimmter technischer Verfahren und Modetrends wurde durch die hohe Professionalität französischer Modehäuser legitimiert. Die Zugabe von Folklore-Elementen zu den aus dem Ausland übernommenen Modetendenzen sollte die Unterschiedlichkeit bzw. Besonderheit sowjetischer Mode markieren. Im Rahmen von regelmäßig initiierten Wettbewerben mit den kapitalistischen Ländern sollte die in Modenschauen vorgegaukelte Demokratisierung von Luxusartikeln die Überlegenheit des Sozialismus demonstrieren. So wurden Echtfellmäntel und -umhänge, Leder- oder Kapronhandschuhe zu unabdingbaren Komponenten eines geschmackvollen Outfits für Damen erklärt.³²

Man betrachtete allerdings die Nutzung der langjährigen Erfahrung ausländischer Modehäuser, mithilfe derer man sowjetische Mode als (Zeichen-)System kodierte und klare Normen und Vorgaben für das gesamte Alltagshandeln ausarbeitete, als Grundlage für das neue Konzept des sowjetischen Stils und Geschmacks:

„Неверным было бы отрицать изучение зарубежного опыта в области моды. [...] Не только мода социалистических стран, но многолетние традиции в области развития форм и производства одежды таких стран, как США, Италия, Франция, заслуживают большого внимания и изучения. Но это изучение не должно привести к умению ‚лучше скопировать‘, следует научиться мастерству, чтобы лучше работать над созданием своего стиля в одежде, моды, созвучной нашей эпохе и требованиям нашего народа.“³³

Man orientierte sich also nur bedingt an westlichen Modetrends, übernahm in erster Linie statische Elemente, um so die Entwicklung der Mode zu verlangsamen. „Мода отражает уровень развития общества на каждой его ступени. [...]

30 „Das Halstuch ist prächtig!“ (Übersetzung J. H.)

31 „Das Halstuch ist inländisch!“ (Übersetzung J. H.)

32 Vgl. Zacharova, *Sovetskaja moda 1950–60ch godov*, hier S. 62–63.

33 Efremova, *I modno i krasivo*, hier S. 78: „Es wäre falsch, das Erlernen der ausländischen Erfahrung im Bereich der Mode zu verleugnen. [...] Nicht nur die Mode der sozialistischen Länder, sondern auch jahrelange Traditionen im Bereich der Formentwicklung und Produktion der Kleidung solcher Länder wie USA, Italien, Frankreich verdienen große Aufmerksamkeit und Erforschung. Diese Erforschung sollte aber nicht zu der Fähigkeit führen, ‚besser zu kopieren‘, sondern man sollte stattdessen diese Kunst erlernen, um an der Erschaffung des neuen Stils in der Kleidung zu arbeiten – einer Mode, die unserer Epoche und unseren Forderungen entspricht.“ (Übersetzung E. H.)



Поэтому и мода идет в русле требований своего времени: она мобильна, целесообразна, удобна и практична³⁴ – so der bekannte sowjetische Modedesigner Vjačeslav Zajcev. Auf diese Weise wurde ein ganzes System von Normen und Vorgaben herausgearbeitet. Diese sollten den Konsumenten zum Kauf oder zur individuellen Herstellung eines Kleidungsstücks bis hin zur Zusammenstellung einer ganzen Garderobe verhelfen: „Одежда отвечает целому ряду требований эстетического и чисто практического характера. Она подчиняется законам ритма и композиции, ее цвет, форма и материал должны составлять единое гармоническое целое.“³⁵

Kurz zusammengefasst ergeben Begriffe wie „Mode“ und „Geschmack“ auf der einen und „gute Erziehung“ und „richtiges Benehmen“ auf der anderen Seite ein Gesamtbild oder Ensemble („ansambl’“), das das Konzept des sowjetischen Geschmacks ausmache:

„Весь внешний облик человека – это ансамбль где поведение и манеры, внешность и одежда сливаются в один гармонический образ. Но понятие ансамбля, пришедшее из архитектуры, применяется здесь в более узком смысле, для группы предметов одежды, связанных между собой по цвету, форме и назначению.“³⁶

Begründet wird der soziale Impuls, sich gezielt den Fragen des Geschmacks und des ästhetischen Bewusstseins eines Individuums zu widmen, mit den gestiegenen materiellen und kulturellen Ansprüchen und der damit verbundenen Notwendigkeit, die erworbenen Kompetenzen auch in diesem Bereich im Alltag selbstständig umsetzen zu können.

Zusammenfassend kann man feststellen, dass sich die sowjetische Mode und der sowjetische Geschmack in einer ständigen Auseinandersetzung mit westlichen Trends entwickelt haben. Allerdings darf diese Auseinandersetzung nicht als bloße Übernahme, als Nachahmung westlicher Mode seitens der sowjetischen Kultur gesehen werden, sondern muss als kreativer Prozess verstanden werden. Sowohl die subkulturellen Stiljagi als auch die vielen Schneiderinnen und individuellen Näherinnen passten aktuelle westliche Modetendenzen an die in der Sowjetunion

34 Vjačeslav Zajcev: Takaja izmenčivaja moda. Moskva: Molodaja gvardija 1980, S. 11: „Mode spiegelt das Entwicklungsniveau einer Gesellschaft auf jeder Stufe wider. [...] Deswegen bewegt sie sich im von der jeweiligen Zeit geforderten Tempo.“ (Übersetzung E. H.)

35 Efremova, O kul'ture odeždy, S. 11–12: „Die Kleidung entspricht einer ganzen Reihe von Anforderungen eines ästhetischen und rein praktischen Charakters. Sie unterwirft sich den Gesetzen des Rhythmus und der Komposition, ihre Farbe, die Form und das Material sollten eine harmonische Abrundung bilden.“ (Übersetzung E. H.)

36 Efremova, I modno i krasivo, S. 81: „Die ganze äußere Gestalt eines Menschen ist ein Ensemble, bei dem das Benehmen und die Umgangsformen, das Äußere und die Kleidung zu einem harmonischen Bild verschmelzen. Aber der Begriff des Ensembles, der eigentlich aus der Architektur kommt, wird hier in einem engeren Sinn verstanden, nämlich als eine Gruppe von Kleidungsstücken, die in Farbe, Form und Zweck miteinander verbunden sind.“ (Übersetzung E. H.)

propagierten ideologischen Normen und Vorstellungen an, transferierten immer wieder neue Elemente der anderen Kultur in den sowjetischen Alltag und trugen so zu einer dynamischen Entwicklung einer Gesellschaft bei, die bislang zu Unrecht als statisch und rückständig eingeschätzt wurde.



Über Verbrauch von Trends in der Popmusik – Der Eurovision Song Contest wird 60

Von Saskia Jaszoltowski

Der vorliegende Aufsatz ist eine Bestandsaufnahme zum Eurovision Song Contest (= ESC), der im Mai 2015 in Wien stattfand. Ihm liegt ein Vortrag zugrunde, der eine Woche vor der 60. Austragung des Komponistenwettstreits auf der Tagung *Mode – Geschmack – Distinktion* an der Karl-Franzens-Universität Graz diskutiert wurde. Die Aktualität des Vortrags wird auch im vorliegenden Aufsatz deutlich und erhält stellenweise eine Erweiterung. Als zeitlich gebundene Reflexion spiegeln die folgenden Zeilen den Sachverhalt wider, dass die Generierung von Moden ein vielschichtiges Merkmal in den Diskursen über Popmusik darstellt.

Jubiläum

Dass runde Geburtstage von Professoren¹ mit einem Festakt und einer Festschrift gefeiert werden, das hat Tradition, nicht nur in der Disziplin Musikwissenschaft. Manchmal nutzt ein Autor diese Gelegenheit zum Verfassen eines Aufsatzes, der nirgendwo sonst als in eine thematisch lose Festschrift wissenschaftlicher Erkenntnisse hineinpasst. Das mag manch einem Jubilar nicht so recht gefallen, und er lässt sich stattdessen mit einem Sammelband feiern, der die eigenen Top Ten seiner selbst verfassten Hits beinhaltet – das ist Distinktion.

Unter Musikern im Allgemeinen werden Geburtstage mit einem Gala-Konzert gefeiert – in der Popmusik im Speziellen zusätzlich mit einem Tribute-Album, auf dem diverse Künstler die Lieder des Jubilars neu und in ihrem eigenen Stil interpretieren. Es sei beispielsweise an die Fernsehshow zu Ehren des 80jährigen Udo Jürgens im Herbst 2014 erinnert. Jenes Konzert gäbe genug Anlass, über Kapital und dessen Verbrauch in der *popular culture* nachzudenken: Vertreter aus Jazz, Pop, Comedy, Klassik, Schlager und Volksmusik, namentlich Jamie Cullum, Tim Bendzko, Annett Louisan, Schiller, Chris de Burgh, Otto Waalkes, José Carreras, Lang Lang, David Garrett, Helene Fischer und LaBrassBanda führten Cover-Versionen der Kompositionen von Jürgens auf. Die einen haben ihre besten Tage längst hinter sich, zehren von ihrer Bekanntheit, von ihrem symbolischen Kapital aus vergangenen Zeiten. Die anderen sind dabei, ihr Kapital zu vermehren, indem sie neue Trends setzen, alte Moden neu kontextualisieren oder ihr vermeintliches Alleinstellungsmerkmal vermarkten lassen. Das Geburtstagskonzert transportierte aber in erster Linie eine Bestandsaufnahme des musikalischen Kapitals von Udo Jürgens: Die Distinktion seiner Musik liegt darin, dass sie Moden überdauert hat und hinsicht-

1 In den folgenden Ausführungen impliziert der Gebrauch eines personenbezogenen männlichen Substantivs und dessen Pronominalform immer weibliche und alle transsexuellen oder zwischengeschlechtlichen Personen.

lich Stil, Instrumentierung, Vokalstimme adaptierbar ist. Seine Kompositionen sind vom Verbrauch, der einen Hit zum Hit macht und im Begriff „Schlager“ mitgedacht ist, (noch) verschont geblieben.

Beständigkeit

Es gibt Protagonisten des Populären, die über Höhen und Tiefen hinweg nicht aus der Mode kommen. Selbst wenn sie als Rock'n'Roll-Opas verschrien werden, weil sie faltig und grauhaarig, aber immer noch glaubwürdig auf der Bühne stehen, wie die Rolling Stones, die seit mehr als einem halben Jahrhundert zu den global players der *popular culture* gehören, selbst die Kleidermode mit dem Bild einer herausgestreckten Zunge beeinflussten. Auf ihren aktuellen Konzerten spielen sie ihre alten Hits nicht etwa deswegen, weil sie nichts mehr Neues zu sagen hätten, sondern weil sie selbst an ihrer Historisierung arbeiten und damit zu einer Kanonisierung in der Popmusik beitragen. Statt neuen Trends hinterherzujagen, haben sie stilsicher eine musikalische Richtung geprägt, die sich durch Beständigkeit auszeichnet.

Das widerspricht jenem „heute-Top-morgen-Flop“-Argument, dass populäre Musik kurzlebig sei und schwach aufflackernde Sternchen produziere. Die Musikindustrie wird allerdings gerade durch jene Kurzlebigkeit angetrieben. Sie produziert nicht nur „one hit wonders“, sondern auch Meinungen und Werturteile. Sie beeinflusst den musikalischen Geschmack der Rezipienten, indem sie die mediale Präsenz eines Songs und seines Interpreten steuert. Aufgrund ihrer Nähe zur Gegenwart ist Popmusik besonders anfällig für Bewertungen, die unter Vortäuschung eines ästhetischen Urteils auf ökonomische Interessen abzielen. Unter anderem diese Abhängigkeit der Musik von der Industrie veranlasste Theodor W. Adorno in den 1940er Jahren zur Kritik an der damals aktuellen US-amerikanischen Popmusik, wobei seine Argumente zum Teil bis heute Gültigkeit besitzen.² Was Adorno von den Rolling Stones oder Udo Jürgens hielt, überhaupt von der Entwicklung zur stilistischen Vielfalt im Populären, ist uns nicht bekannt. Den Beginn zweier Pop-Karrieren hat er immerhin noch miterlebt: 1965 schafften Mick Jagger und die Stones mit *I Can't Get No Satisfaction* den weltweiten Durchbruch, und ein Jahr später gewann der nicht einmal zehn Jahre ältere Udo Jürgens mit *Merci, Chérie* den Grand Prix d'Eurovision.

Dieser Wettbewerb wurde im Mai 2015 zum 60. Mal ausgetragen – Grund genug für die Veranstalter, die Europäische Rundfunkunion, das Jubiläum bereits im Vorfeld gefeiert zu haben. Wenn der Ehrenträger ESC heißt, schmeißt die BBC eine Jubiläumsparty, die bereits Ende März in London stattfand, aber erst Monate später im öffentlich-rechtlichen österreichischen Fernsehen ausgestrahlt wurde. Der Grand Prix d'Eurovision – oder moderner: Eurovision Song Contest – feierte sich bei dieser Show selbst. Gewinner der vergangenen Wettbewerbe wurden eingeladen, d. h.

2 Vgl. T[heodor] W. Adorno: On Popular Music. In: *Studies in Philosophy and Social Science* 9 (1941), S. 17–48.



längst zu Grabe gebrachte Karrieren wurden exhumiert, um ihre Verbundenheit zum Geburtstagskind mit einem Ständchen zu erneuern. Das Kapital der Gäste (bis auf wenige Ausnahmen) existiert tatsächlich allein aufgrund ihrer Teilnahme am ESC – ähnlich wie jene ominösen Aufsätze, die nur in Festschriften veröffentlicht werden können. Für eine groß angelegte, alljährliche Fernsehsendung bedarf es eines starken Marketings, um sich selbst am Leben zu halten. Und das scheint mittlerweile auch für die Universitäten zu gelten. Beim ESC obliegt die Vermarktung zum großen Teil jener Rundfunkanstalt, die mit ihrem Lied als Sieger aus dem vorjährigen Wettbewerb hervorgegangen ist und damit zum Gastgeber der Folgeveranstaltung wird.

Ästhetik 1: Werturteil

Als Lena Meyer-Landrut 2010 den ESC gewann, brach unter der deutschen Bevölkerung eine ähnliche Euphorie und hochmütige Siegesgewissheit aus, wie sie 2006 bei der in Deutschland ausgetragenen Fußballweltmeisterschaft geherrscht hatte (und enttäuscht wurde, als die deutsche National-Elf nur Rang Drei erzielte). Hier wie dort traf man eine Nation im Ausnahmezustand: Kriegsbemalung im Gesicht, schwarz-rot-gelb-gestreifte Perücken auf dem Kopf, Fähnchen wedeln an Autos, Seitenspiegel tragen Socken in der bekannten Farbkombination – ein aufdringlicher, patriotischer Glückstaumel, dem man sich jedenfalls in Berlin kaum entziehen konnte und der im Bereich der Popmusik ungewöhnlich ist. Warum sollte man also den ESC aus musikwissenschaftlicher Sicht behandeln, wo er doch mehr einem Ereignis aus dem Sportbereich zu gleichen scheint? Die offensichtliche Parallele zwischen ESC und Sport liegt darin, dass Länder in einem Wettkampf gegeneinander antreten, um am Ende gemeinsam einen Sieger zu feiern. Die grundlegende Verschiedenheit der Ereignisse wird allerdings an der Sache mit der Musik und an der Sache mit dem Geschmack nur allzu deutlich. Das subjektive Geschmacksurteil nämlich dient beim Musikwettbewerb als Messlatte, nicht objektive Zahlen auf einem Meterband. Der prekäre Unterschied liegt darin, dass es in der Beurteilung von Kunst kein Äquivalent zur messbaren sportlichen Leistung gibt. Beim ESC geht es darum, ob einem die Musik, die Aufführung, das Land, die Sprache, der Star gefallen oder nicht. Aus der Summe der subjektiven Werturteile wird dann eine vermeintlich objektive Rangliste mit der erzielten Punktezahl erstellt.

Ein weiterer Unterschied ist, dass beim Sport die Nationalhymnen erklingen. Beim ESC hingegen ertönt das Encore des Siegerlieds, das unter Umständen in einem Hymnenstil komponiert sein mag. Ein Jahr lang behält dieser Song seinen Hymnenstatus, bis er zur Eröffnung des Wettbewerbs im eigenen Land erneut aufgeführt und zwei Stunden später von dem nächsten Gewinnerlied abgelöst wird. Bereits mehrmals traf beim ESC eine Pop-Hymne den Geschmack des Publikums. Diese stilistische Spielart der Popmusik hat, solange sie in wechselnden Gestaltungen in Erscheinung tritt, kein Verfallsdatum. Der Hymnenstil hat sowohl männliche als auch weibliche Diven mit großen Gesten und starken Stimmen hervorgebracht. Er

lebt von einem kraftvollen Streicherapparat und einer effektvollen Dynamik. Distinktiv für den ESC ist hierbei der Hang zur Übertreibung, der bei der alljährlichen Samstagabendshow in komprimierter Form hör- und sichtbar wird.

Ästhetik 2: Übertreibung

Die Übertreibung – das, was als „too much“ gilt – ist ein Merkmal des ESC und gleichzeitig Grund für die Polarisierung in seinem Umfeld. In der traditionellen Musikwissenschaft wird er ignoriert. In Österreich hielt die Mode des ESC (zumindest vorübergehend) Einzug in den akademischen Elfenbeinturm. Erst wird er nicht ernst genommen, dann wird er plötzlich zu ernst genommen, und das gerade von jenen, die sich unwissend oder unwissenschaftlich darüber äußern.

BBC-Moderator Terry Wogan hingegen kann auf ein breites Wissen zur Geschichte des ESC zurückgreifen und darf sich seine sarkastischen Urteile erlauben. Immerhin hat er den ESC 40 Jahre lang mit seinem bissigen britischen Humor für das Fernsehpublikum im Commonwealth kommentiert. Wogan bezeichnet den ESC 2009 als „rubbish“, „camp, foolish spectacle“: „It is not about politics or asserting your place in the community, not even about national pride. It is not an opportunity to show your neighbours how much you love them. It is about picking the best popular song in Europe.“³ Wogans Einstellung ist keine singuläre Meinung. Denn die Moderatoren der jeweiligen nationalen Rundfunkstationen haben die Macht, mit ihrem subjektiven Geschmacksurteil das ihrer Zuschauer maßgeblich zu beeinflussen.

Auch der Kommentator des ORF, Andreas Knoll, war dazu in der Lage: Seine Reaktion auf den absehbaren Sieg von Conchita Wurst („Jetzt hat uns die den Schaa gewonnen!“) hat die ambivalente Stimmung in Österreich ideal zusammengefasst. Im Vorfeld des ESC 2014 regnete es heftigste Kritik gegen die Entscheidung des ORF, Conchita Wurst ins Rennen zu schicken, und vor allem persönliche Beleidigungen von homophoben Fanatikern gegen Thomas Neuwirth in seiner Geschlechterbilder durchkreuzenden Rolle. Bis zu diesem Zeitpunkt wurde der ESC in Österreich kaum wahrgenommen, was unter anderem an den schlechten Platzierungen gelegen haben mag, die man in der jüngeren Vergangenheit erzielt hatte. Nach dem Sieg griff man auf ein aktualisiertes *Sound of Music*-Klischee zurück. Knolls Kommentar wurde im Dezember 2014 sogar zum Spruch des Jahres in Österreich gewählt. Dieser Umschwung zu einer euphorischen Stimmung ist aber weder ein Wunder, noch als Vorwurf zu verstehen: Wie bei der Fußball-WM wird der Sieger bei seiner Rückkehr ins eigene Land jubeltaumelnd empfangen und gefeiert – beim ESC hält dieser Taumel ungefähr ein Jahr an und wird danach so schnell wieder verschwunden sein, wie er gekommen war. Vor der Ausstrahlung im Mai 2015 lief die Meinungsmaschinerie auf Hochtouren, nachdem sie schleppend, aber dann umso überzeugender in Gang gekommen war: Der ORF hat alles getan, um die

3 Leigh Holmwood: Eurovision is ‚rubbish‘, Terry Wogan tells European broadcasters. In: The Guardian (London) vom 6. Mai 2009: <http://www.theguardian.com/media/2009/may/06/eurovision-terry-wogan-rubbish> [2015-12-22].



Stimmung und Akzeptanz im eigenen Land zu heben und die finanzielle Investition mit Einschaltquoten wettzumachen: Pars pro toto steht der Kommentar des ORF-Generaldirektors Alexander Wrabetz, der in einer Pressemitteilung das Motto des ESC erklärte: Mit dem Untertitel *Building Bridges* solle betont werden, dass der Song Contest die europäische Idee mit dem völkerverbindenden Charakter der Musik vereine. Wien als Austragungsort sei dafür bestens geeignet, da es schließlich die „traditionsreiche [...] Welthauptstadt der Musik im Herzen Europas“ sei. Österreich generell sei ein „Land, das seit jeher eine zentrale Rolle als vermittelnde Instanz, als Brücke zwischen Ost und West, übernommen“ habe. Daher erscheint es Wrabetz konsequent, dass die 60. Ausgabe des Wettbewerbs zwei Wochen nach dem Gedenken an den 8. Mai 1945 in seinem Heimatland ausgetragen wird: „Wenn sich das Ende des Zweiten Weltkrieges zum 70. Mal jährt, reichen die europäischen Länder einander die Hand – in Österreich.“⁴

Ästhetik 3: Ökonomie

Die Gratwanderung zwischen Werbung um Einschaltquoten und dem Bildungsanspruch des öffentlich-rechtlichen Fernsehens mag im Fall von Wrabetz noch nachvollziehbar sein, wird aber unerträglich, wenn Wissenschaftler in die gleiche Kerbe schlagen. Mit der Parole *We Are Unstoppable!* wurden in der vom ORF herausgegebenen Zeitschrift *Texte* Aufsätze zum ESC eingeleitet. Die Überschrift zitiert die Aussage Conchita Wursts nach ihrem Sieg und wird als Appell für Toleranz, Respekt und Mut gedeutet. Sie lässt sich aber ebenso gut als Kampfansage des ORF verstehen, dem es nicht nur um Unterhaltung, sondern um soziale Veränderung geht, was ein Zitat aus der Einleitung verdeutlicht: „[*Rise Like a Phoenix*] was understood as more than music, more than plain and simple entertainment. Obviously, it touched people’s minds, it expressed a current ‚Zeitgeist‘ and it was connected to a social agenda“, so die Herausgeber, und weiter heißt es: „With this publication we are proud to offer you profound analyses and insights from different countries and academic disciplines.“⁵ Was in der Werbung und in Wirtschaftskreisen unverzichtbar ist, die Anpreisung des Produkts und die Selbstbeweihräucherung der Produzenten, wird in der Wissenschaft entweder lächerlich oder gefährlich. Wenn in einem der folgenden Aufsätze ein österreichischer Musikwissenschaftler bemerkt: „Austria is a rich country and also rich in musical diversity. Music blooms everywhere“,⁶ woraufhin eine von ihm selbst durchgeführte empirische Studie über Vielfalt in der

4 Pressemeldung des ORF vom 11. September 2014: „Building Bridges“ – Das ist der Claim zum „Eurovision Song Contest 2015“: http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20140911_OTS0239/building-bridges-das-ist-der-claim-zum-eurovision-song-contest-2015 [2015-12-22].

5 Konrad Mitschka und Klaus Unterberger: „We Are Unstoppable!“. In: *Texte* 14 (2015), S. 3: <http://zukunft.orf.at/rte/upload/download/15i002.pdf> [2016-03-07].

6 Harald Huber: Protection and Promotion of the Diversity of Musical Expression. In: Ebenda, S. 27. Bezeichnenderweise ist in diesem Beitrag häufiger die Rede von einem (nicht existierenden) „European“ statt Eurovision Song Contest, S. 27–28.

Musik Österreichs beschrieben wird, erhärtet sich der Verdacht der Nabelschau, die unter dem Deckmantel wissenschaftlicher Objektivität betrieben wird – und das mit größtmöglicher Durchschlagskraft, weil es zum einen um den weltweit größten Musikwettbewerb geht und weil zum anderen gegen Aussagen des *common sense* nichts einzuwenden ist. Dass Österreich ein Land mit ausgeprägter Musikkultur ist, steht außer Frage – welches Land ist das nicht? Ob man diesen Sachverhalt, der holzschnittartig auf die Vielfalt der eigenen, nationalen Musikkultur begrenzt wird und den globalen Kontext des ESC nahezu außer Acht lässt, aus wissenschaftlicher Perspektive betonen muss, sei dahingestellt. Erstaunlich ist, nebenbei bemerkt, dass die Genderforschung noch nicht auf die Idee gekommen ist, das Perückenphänomen in der österreichischen Musikgeschichte von Mozart bis Conchita zu bearbeiten.

Musikgeschichte 1: Ethnopolop

Das Herausfordern traditioneller Geschlechterrollen durch die Aufführungen auf der Eurovisionsbühne hat Tradition. Als Beispiel kann Sertab Erener genannt werden, die vor mehr als zehn Jahren den Wettbewerb zum ersten Mal für die Türkei gewann. Die Schlagzeile tags darauf in der türkischen Tageszeitung *Hürriyet* vom 26. Mai 2003 feierte ihren Popstar völlig genderfrei – sie lautete übersetzt: Nun wird uns Europa besser hören.⁷ Mit ihrer Komposition *Everyway That I Can* verschaffte sich Sertab Erener Gehör über die Grenzen der Türkei hinweg, platzierte sich in den Charts und löste die Mode des Ethnopolop aus, nicht nur beim ESC.

Ethnopolop, so liest man im Rechtschreib-Duden, sei „von der Volksmusik besonders Afrikas, Asiens oder Südamerikas beeinflusste Popmusik.“⁸ So klar diese Definition klingt, so unmissverständlich impliziert sie, dass Popmusik vorwiegend als westlich/abendländisch begriffen und damit einer orientalistisch/östlich verstandenen Weltmusik entgegengesetzt wird, was im Ethnopolop schließlich zusammenfließt. Eigentlich handelt es sich bei dieser Spielart aber um nichts anderes als um eine Popularisierung distinktiver Elemente aus einer als traditionell aufgefassten Volksmusik durch eine aktuelle Neu-Kontextualisierung. Ethnopolop kann dadurch ein von außen herangezogenes Merkmal zum musikalischen Klischee werden lassen, ähnlich wie es im Exotismus auf der Opernbühne und im Konzertsaal des 19. Jahrhunderts der Fall war. Das National-Idiomatische, das Traditionelle, das Kulturtypische oder die Folklore waren beim ESC bereits von Anfang an, auf die eine oder andere Art und Weise, bei manchen Ländern mehr, bei anderen weniger, präsent. Nur trafen diese Beiträge selten den Geschmack der breiten Masse – einer Masse aus unterschiedlichen kulturellen und sozialen Milieus, mit verschiedenen Bildungsniveaus

7 „Avrupa bizi daha çok dinleyecek“, zitiert nach Thomas Solomon: *Articulating the Historical Moment. Turkey, Europe, and Eurovision 2003*. In: *A Song for Europe. Popular Music and Politics in the Eurovision Song Contest*. Herausgegeben von Ivan Raykoff und Robert Deam Tobin. Aldershot: Ashgate 2007. (= Ashgate popular and folk music series.) S. 135–146, hier S. 143.

8 <http://www.duden.de/rechtschreibung/Ethnopolop> [2015-12-22].



ebenso wie politischen Einstellungen. Auf der Suche nach dem, was nun genau österreichisch klingt bei Udo Jürgens oder Conchita Wurst, wird man Mücken zu Elefanten machen müssen, um zu überzeugen. Dass Sertab Erener hingegen irgendwie türkisch klingt, darüber herrscht deswegen Konsens, weil sich ihre Musik und ihre *performance* aus einem Exotismus nähren: Visuell werden Symbole wie Schleier oder Bauchtanz in eine Inszenierung eingebunden, die mit dem stereotypisierten Bild einer muslimischen Frau bricht. In der Musik sind melodische Elemente wie Melismen integriert, die gemeinhin mit „Orient“ assoziiert werden, aber auf einem geraden, popmusiktypischen Rhythmus basieren.

Es gilt also, mit den Beiträgen den Geschmack eines breiten Publikums zu treffen und sich gleichzeitig von der Masse abzuheben, konform mit den Regeln der Popmusik sowie des ESC zu gehen und gleichzeitig Distinktion anzustreben. Sowohl bei Sertab Erener als auch bei Conchita Wurst (und bei allen weiteren Gewinnern) gelingt das durch die Musik, durch die Stimme, durch die Inszenierung, durch das Outfit (und nach dem Wettbewerb dadurch, dass man sich als Star, als Ikone, als Werbefläche vermarkten lässt).

Die Schlagzeile in der *Hürriyet* beinhaltet nicht nur die Prophezeiung, dass der europäische Musikmarkt nun mit türkischer Popmusik beliefert werde, sondern auch eine politische Implikation. Ersteres erfüllte sich durch die hohen Platzierungen des Songs in einigen nationalen Charts. Letzteres, nämlich der Beitritt der Türkei zur Europäischen Union, lässt immer noch auf sich warten. Zumindest wurden 2004, also nachdem der ESC in Istanbul stattgefunden hatte, Beitrittsverhandlungen zwischen der EU und der Türkei vereinbart. Aufgrund solcher Koinzidenz wird der ESC als Spiegel, ja sogar als Motor des Integrationsprozesses in Europa herangezogen und mit politischen Stationen wie der Unterzeichnung der Römischen Verträge 1957 oder der EU-Osterweiterung 2004 in Verbindung gebracht. So liest man in der Literatur zum ESC, wie beispielsweise bei dem US-amerikanischen Ethnomusikologen Philip Bohlman: „Eurovision has provided a distinctive and very public forum for cultural and musical integration.“⁹ Ähnliches schreibt der Musikwissenschaftler Ivan Raykoff: „From its inception, Eurovision has seemed to reflect the political zeitgeist of Europe, even to anticipate certain political developments. [...] Eurovision [...] serves as a popular-culture mirror to the unique political experiment of the European Union.“¹⁰ Das ist die vorherrschende akademische Meinung.

9 Philip Bohlman: *The Music of European Nationalism. Cultural Identity and Modern History*. Santa Barbara [u. a.]: ABC-Clio 2004. (= ABC-Clio world music series.) S. 288.

10 Ivan Raykoff: *Camping on the borders of Europe*. In: *A Song for Europe. Popular Music and Politics in the Eurovision Song Contest*, S. 1–12, hier S. 12. Weiter heißt es: „On the other hand, the show always seems to be somewhat behind the times in terms of popular music tastes and trends.“ Ebenda, S. 1. Anderswo wird der ESC als Kraft zur Ausprägung einer europäischen Bürgerschaft herangezogen, vgl. Karen Fricker und Milija Gluhovic: *Introduction. Eurovision and the ‚New‘ Europe*. In: *Performing the ‚New‘ Europe. Identities, Feelings, and Politics in the Eurovision Song Contest*. Herausgegeben von K. F. und M. G. Basingstoke: Palgrave Macmillan 2013, S. 1–30, hier S. 10.

Musikgeschichte 2: Hard Rock

Aber ist es tatsächlich so? Ist der ESC ein Politikum? Steckt in ihm mehr Bedeutung als das, was oberflächlich auf der Bühne zu sehen ist? Geht es am Ende gar nicht um Musik? Oder wird der ESC lediglich von außen als Projektionsfläche für politische Debatten genutzt? Ist der ESC nicht einfach eine Form von Öffentlichkeit, in der sowohl ästhetische als auch ökonomische und politische Faktoren verhandelt werden?

Sertab Erener löste einen Ethnopop-Trend aus, der innerhalb von drei Jahren beim ESC verbraucht war.¹¹ Denn 2006 ereignete sich ein Trendwechsel, der nur schwerlich mit folkloristischen oder politischen Implikationen in Zusammenhang gebracht werden kann. In jenem Jahr gewann die Band Lordi für Finnland, nicht mit finnischem Tango, sondern mit Rockmusik, die mittlerweile in der Populärkultur als „traditionell“ oder „klassisch“ bezeichnet werden kann. Mainstream Hard Rock ist zu einem stabilen Trend geworden, bei dem eine Kanonbildung festzustellen ist.

Lordis Song *Hard Rock Hallelujah* hätte bereits 50 Jahre zuvor von den Rolling Stones geschrieben und interpretiert werden können – oder von Alice Cooper, der mit *Poison* Ende der 1980er Jahre zum Kanon des Hard Rock beigetragen hat und den die finnische Band mit hymnenähnlichen *background vocals* im Refrain zitiert. Im Kontext des ESC erreicht der Song Distinktion allein durch die Premiere dieser Poprichtung auf der Eurovisionsbühne. Deutlich wird die Distinktion vor allem visuell durch die Masken und Kostüme der Monsterrocker, die offensichtlich von Kiss inspiriert sind. Lordi bauen ihren Erfolg auf Kapital, das andere angelegt haben.

Musikgeschichte 3: Pop-Hymnen

Ähnliches ist bei der Hymne *Rise Like a Phoenix* zu bemerken: Sie ist in einem Stil gehalten, der seit den James-Bond-Filmen der 1960er Jahre mit ihren Titelsongs, gesungen etwa von Shirley Bassey oder Tom Jones, immer noch oder wieder populär ist bzw. zu jenen Trends gehört, die nicht aus der Mode kommen. Der Unterschied zwischen Kiss, Cooper, den Stones, Shirley Bassey und Tom Jones auf der einen Seite und Lordi oder Conchita Wurst auf der anderen liegt in der Präsentation, in der Inszenierung und Interpretation des Stils: Die Distinktion bei Lordi liegt darin, dass man sich etwas Derartiges beim ESC bisher noch nicht getraut hatte. Bei Conchita Wurst lässt sich die Distinktion am Durchkreuzen von Geschlechterzuschreibungen festmachen. Ob es nun geschminkte und maskierte Monsterrocker sind, ob es ein Mann in einem Kleid ist, eine Frau in einem Anzug, ein Mann ohne Bart, eine Frau mit Bart, mit langen oder kurzen Haaren, homo-, hetero-, trans- oder metro-sexuell, ist allerdings in der Realität des ESC keine Distinktion, sondern Tradition: Mit diesem Merkmal, dass auf der Eurovisionsbühne alles möglich ist, und mit dessen übertriebener Präsentation hebt sich der ESC von der übrigen Musikwelt

11 Ruslana (Lyžyčko/Lyschytshko) gewann mit *Wild Dances* (Ukraine) 2004 und Helena Paparizou (Ελενα Παπαρίζου) mit *My Number One* (Griechenland) 2005.



ab. Er generiert Moden gleich einem Perpetuum mobile. Denn der Wettbewerb sichert sein Fortbestehen durch den selbst generierten jährlichen Wechsel der Hymne.

Unter dem wenig innovativen Motto „Pop Meets Classic“ (was genauso unmodern anmutet wie der ORF-Slogan „We Are Song Contest“, der offensichtlich ein Abklatsch der *BILD*-Schlagzeile zur Ernennung eines deutschen Geistlichen zum Papst aus dem Jahr 2005 ist) wurde der weltoffene Wettbewerb bei der Eröffnungsfeier des ESC 2015 in der Wiener Staatsoper allerdings mit einer ganz anderen Hymne stigmatisiert: Es erklang das Hauptthema aus dem letzten Satz der 9. Symphonie von Ludwig van Beethoven, das in einer instrumentalen Fassung, bearbeitet durch Herbert von Karajan, seit 1985 als Europa-Hymne gesetzlich festgeschrieben ist. Doch nicht die textlose Version wurde dargeboten, sondern die beethovensche Vertonung von Schillers *An die Freude* erklang aus den Kehlen der Wiener Sängerknaben.

Conchita Wurst mag sich optisch von der Masse unterscheiden. Dabei hat sie lediglich das gängige weibliche Schönheitsideal eines schlanken Körpers, langer Haare und geschminkter Augen mit dem männlichen eines Vollbartes verbunden und damit eingeschränkte Muster herausgefordert. Aus dem visuell Distinkten schöpft Conchita Wurst ihr Kapital. Es wird zum Markenzeichen, das ungeachtet der musikalischen Qualitäten Gefahr läuft, dem Verbrauch und der Langeweile zum Opfer zu fallen. Dem wird durch den Selbsterhaltungstrieb der Musikindustrie entgegen gesteuert, zu der Conchita Wurst, noch als Thomas Neuwirth auftretend, keinen Zugang erhalten hatte, in Kleid und mit Bart aber den „Echo“, den Preis der Deutschen Phono-Akademie, in der Kategorie *Künstlerin* verliehen bekam. Die Veröffentlichung einer Autobiografie und des lang angekündigten ersten Albums der 26jährigen zögerten den Verbrauch hinaus. Denn zumindest bis zur Eröffnung des ESC in Wien durch ihr Gewinnerlied und einen weiteren Song musste ihr Kapital gepflegt werden. Das hat Tradition beim ESC, ebenso wie der Umstand, dass das zweite Lied nur schwer an den Siegertitel heranreichen kann. Dem Song *You Are Unstoppable* fehlt die Durchschlagskraft. Unstoppable, also nicht aufzuhalten ist jedenfalls der Verbrauch des Optischen, wodurch das Distinkte zur Normalität wird. Über die visuelle Präsenz in Zeitungen, im Fernsehen, im Internet, auf den Laufstegen der Haute Couture mit Jean Paul Gaultier, auf der politischen Bühne der UNO mit Ban Ki-moon oder auf Werbeplakaten für eine österreichische Bank gelangt das Geschlechterrollen durchkreuzende Bild in den Alltag, verliert aber gleichzeitig an Reiz.

Häufig gab der ESC in der Vergangenheit Anlass zur Reflexion über Ideale von Toleranz und Gleichberechtigung und brachte diese in den öffentlichen Diskurs ein. Zum Beispiel 2007, als Marija Šerifović für Serbien gewann, das nach dem Balkankrieg zum ersten Mal als souveränes Land teilnahm. Der Gewinnertitel *Molitva (Gebet)* ist eine Hymne, die in Stil, Ausdruck und Aufbau *Rise Like a Phoenix* sehr ähnlich ist. Beide Lieder werden von starken Stimmen interpretiert. Während Conchita Wurst als Mann in Frauenkleidern mit Bart und langen Haaren auftrat,

gerierte sich die Sängerin Šerifović quasi invers in einem Männeranzug ohne Bart und mit kurzen Haaren eher androgyn.

Die Europäische Kommission nutzte die Bühne des ESC 2007 in Finnland als breitenwirksame Plattform, um das „europäische Jahr der Chancengleichheit“ auszurufen. Im darauffolgenden Jahr, dem „europäischen Jahr des interkulturellen Dialogs“, wurde Šerifović zu einer Kulturbotschafterin der Kommission auserkoren – selbstverständlich im Hinblick auf die Sendung des ESC aus Serbien und die nur zwei Wochen davor ausgetragenen Parlamentswahlen in Belgrad. Šerifović geriet in diesem Zusammenhang in Misskredit, da sie auf Veranstaltungen der EU-kritischen und nationalistisch orientierten Serbischen Radikalen Partei (SRS) auftrat. Reporter der Deutschen Welle, die im Mai 2008 vor Ort waren, dokumentierten die Kluft zwischen musikalischer Show und politischer Realität in Belgrad und stellten Šerifović die Frage, warum sie für jene Partei gesungen habe. Warum denn nicht, fragte sie zurück, des Geldes wegen natürlich, jeder tue das, bestätigte die Sängerin.¹²

Politisch verdächtig?

Der italienische Literat Settembrini in Thomas Manns *Zauberberg* hält die Musik für politisch verdächtig. Dass sich Musik als Propagandamittel eignet, haben das Dritte Reich und der Holocaust auf grausame Weise belegt. Ob auch die Musik des ESC als politisch verdächtig einzustufen ist, ob sie zur Propaganda eingesetzt wird und wie viel gesellschaftliche Verantwortung von Popstars verlangt wird, sind Fragen, die sich Adorno in seinem US-amerikanischen Exil bereits in den 1940er Jahren gestellt hat.¹³ Ihm war die Radiomusik zuwider, unter anderem auch deswegen, weil er hinter ihr ähnliche Mechanismen der Manipulation zu erkennen vermeinte wie diejenigen, die im Dritten Reich Motor der politischen Propaganda waren. Immer das gleiche Austauschbare (Harmonie, Melodie, Instrumente) führe zur Abstumpfung beim Menschen, und daher sah Adorno in der populären Radiomusik ein Mittel des Kapitalismus und Parallelen zum Faschismus: Steigerung der Arbeitsleistung durch musikalische Zerstreung, Ruhigstellung der Bevölkerung und Ablenkung von der sozialen und politischen Lage. Doch jenseits der politischen und wirtschaftlichen Hintergründe stellt sich aus heutiger Sicht die Frage, ob Popmusik wirklich immer das Gleiche ist oder ob die Diversität nur in anderen Parametern liegt als in jenen, die Adorno an die hohe Tonkunst im Allgemeinen und an die neue Musik im Speziellen anlegte, womit er im Bereich der Popmusik zwangsläufig scheitern musste. Denn die popmusikalische Diversität liegt vor allem im Klanglichen, d. h. im technischen Fortschritt, in der Entstehung neuer Instrumente und Reproduktionsverfahren, die Klang zum hörbaren Unterscheidungsmerkmal machen. Außerdem zeigt sich die popkulturelle Vielfalt der Musik in ihrer visuellen Inszenierung. Dafür kann der ESC als Paradigma gelten, denn er fungiert als reichhaltiges Archiv, das die stilistische Vielfalt der musikalischen Aufführungen konserviert und Entwick-

12 Vgl. <https://www.youtube.com/watch?v=gcm1niCXRSsc> [2015-12-22].

13 Vgl. Adorno, On Popular Music.



lungen von Trends zwischen Verbrauch und Beständigkeit dokumentiert. 2015 wird dieses Archiv über 1.200 (nur Final-)Beiträge aus insgesamt 52 Nationen zählen. Unabhängig davon, ob es sich um gute, schlechte oder mittelmäßige Musik handelt, liegt die Distinktion des ESC in seiner alljährlichen Präsentation einer aktuellen musikalischen Diversität aus unterschiedlichen Kulturen.

Ob die Musik gefällt oder nicht, sollte im Rahmen einer kritischen Reflexion, auch wenn es sich um einen modischen Gegenstand handelt, keine Rolle spielen – schließlich werden die Geschmacksurteile beim ESC bereits in der Punktevergabe verhängt und von den nationalen Kommentatoren kundgetan. Auch wenn ästhetische Urteile immer biografisch begründet sind – davor war selbst Adorno nicht gefeit –, wäre eine einigermaßen objektive Annäherung an den ESC aus historischer und soziokultureller Perspektive erstrebenswert. Ob man allerdings, wie es derzeit in der Wissenschaft Mode ist, die Unterhaltungsshow erst politisieren muss, um eine akademische Durchdringung zu rechtfertigen, ist anzuzweifeln. Auffällig ist, dass der ESC kulturpolitisch utlisiert wird, subtil wie kaum zuvor, weil die Absichten des ORF von Vertretern der Wissenschaft unreflektiert mitgetragen werden. Es bleibt unbestritten, dass Musik nicht im politischen Vakuum existieren kann. Doch das Nabelschau-Verhalten mit einem Hang zum euphorischen Patriotismus wirkt in einer universitären Umgebung befremdlich.

Nicht nur das Klangliche und Visuelle, auch die Entwicklung von Trends und Identitäten (nationale, europäische, kulturelle, sexuelle, politische, musikalische etc.) sind prägende ästhetische Kriterien in der Popmusik. Beim ESC funktioniert die Identitätsstiftung durch die emotionale Wirkung der Lieder, die ebenso vielfältig sind wie die Identitätsträger und in ihren Herkunftsländern so verstreut sind wie die Fernsehapparate und Laptops, auf denen das Spektakel weltweit empfangen wird. Der ESC bildet in seinen Ranglisten einen Mehrheitsgeschmack seiner Zuschauer ab und spiegelt die Urteile der Jurys wider. Er ist auf Partizipation gegründet und vom technischen Fortschritt geprägt. Seine distinktiven Merkmale als Institution mögen sich entsprechend erneuert und angepasst haben, sie sind aber immer noch als solche erkennbar. Über die Jahre hinweg hat der ESC den Wandel des Geschmacks dokumentiert und gleichzeitig zu seinem eigenen Kapital gemacht, das für seine Erfolgsgeschichte verantwortlich ist.

Bilanz

Entgegen der Marketingstrategie der Veranstalter hat der ESC 2015 gezeigt, dass das Spektakel reichlich wenig als Spiegel oder gar als Motor der Politik erhalten kann. Der Gastgeber erhält keinen Punkt für seine politisierte Freundlichkeit. Der russische Beitrag hingegen wird von der ESC-Gemeinde auf dem Siegereppchen gesehen. Bedenkt man, dass Conchita Wurst von homophoben Vertretern der russischen Politik vehement attackiert wurde, verkörpert die zweitplatzierte Polina Gagarina den absoluten Kontrast zur Vorjahressiegerin in Bezug auf Geschlechterrollen.

In musikalischer Hinsicht hingegen liegt Polinas Song *A Million Voices* auf der gleichen Wellenlänge wie Conchita Wursts *Rise Like a Phoenix*. Beides sind emotionsgeladene Pop-Hymnen, die auf der ESC-Bühne nicht aus der Mode zu kommen scheinen und von starken, hoch ausgebildeten Stimmen interpretiert werden.

Eine Konferenz zum ESC am Institut für Musikwissenschaft der Universität Graz vier Wochen nach dem Wettbewerb 2015 bestätigte die These, dass das Politische vor allem dann in das Medienereignis hineinprojiziert wird, wenn weder aus der Musikgeschichte heraus noch aus der Perspektive der Ästhetik argumentiert wird. Diese verengte Herangehensweise scheitert allerdings daran, dass die Songs und Musiker zur Nebensächlichkeit degradiert werden. Dabei ist die Aufführung von populärer Musik gerade das Rückgrat der langlebigen Fernsehshow, die Moden generiert und abbildet.



„Sprachliche Mode(n)“ in der Kommunikation unter österreichischen Jugendlichen

Von Georg Oberdorfer und Anna Weiß

Einleitung

Sowohl unter VertreterInnen der Medien und der Sprachwissenschaft als auch unter sogenannten „SprachpflegerInnen“ sind Sprachmoden ein durchaus frequentes – um nicht zu sagen „modernes“ – Thema, wobei gerade Jugendliche und ihr Sprachgebrauch häufig zum Ausgangspunkt der Betrachtung gemacht werden: Lexikalische Auffälligkeiten und strukturelle Abweichungen im Sprachgebrauch der Jugendlichen zeigen starke Varianz und Fluktuation, die deutliche Indikatoren für sprachliche Modeerscheinungen sein können.

Der folgende Beitrag soll Moden im Sprachgebrauch Jugendlicher in Österreich betrachten und der Frage nachgehen, ob diese nur kurzfristig bestehende Phänomene darstellen oder zu Sprachwandelprozessen führen können. Zu Beginn werden der Untersuchungsgegenstand „Jugend“ näher betrachtet sowie wichtige Einflussfaktoren und Umstände in dessen Kontext angeführt. Anschließend sollen mögliche Sprachmoden in der Kommunikation unter Jugendlichen vorgestellt und erläutert werden. Die Ausführungen beziehen sich auf die im Projekt *Jugendsprache(n) in Österreich* erhobene Datengrundlage.¹

1. „Jugend“ – Begriffsbestimmung und Eingrenzung

Um Aussagen über den Sprachgebrauch Jugendlicher treffen zu können, scheint es unerlässlich, eingangs danach zu fragen, was den Untersuchungsgegenstand „Jugend“ ausmacht bzw. wie der Begriff „Jugend“ definiert werden kann. Gerade das ist in unterschiedlichsten sozial- und geisteswissenschaftlichen Disziplinen ein nicht zu unterschätzendes Problem, obwohl Jugendliche und ihre Lebenswelten dort einen ubiquitären Untersuchungsgegenstand darstellen.

In einer von Veränderungen und Wandel geprägten Gesellschaft, wie jener im Österreich des 21. Jahrhunderts, scheint eine intuitive Einteilung der Gesellschaft in Kinder, Jugendliche, Erwachsene und Alte kaum noch möglich. Ein Altersspektrum für „Jugend“ anzugeben, fällt nicht leicht, weshalb unterschiedlichste Einteilungen nebeneinanderstehen: „Objektive“ Zeichen dafür, dass man erwachsen ist (Heirat, Familie, festes Einkommen) sind heute weitaus weniger eindeutig im Lebenslauf

1 Das Forschungsprojekt *Jugendsprache(n) in Österreich* [P 25683-G23] wird vom österreichischen Wissenschaftsfonds (FWF) gefördert. Nähere Informationen finden sich unter <http://jugendsprachen.uni-graz.at/> [2015-12-23].

antizipierbar und auch schwerer miteinander in Einklang zu bringen.² Eine feste Zuordnung zur Jugend nach dem Alter scheint unter Berücksichtigung biologischer, psychologischer und sozialer Blickwinkel unmöglich; eine durchaus allgemein bemerkbare Tendenz ist allerdings, dass der Beginn der Jugend immer früher angesetzt, das Ende nach hinten verschoben wird. Die Lebensphase der Jugend wird damit als immer länger angesehen.

Wissenschaftliche Untersuchungen sind trotz dieser Probleme aus praktischen Gründen häufig darauf angewiesen, sich altersquotierter Samples zu bedienen. Die Heterogenität unter den Jugendlichen und die im Zuge der Gruppenauswahl ablaufende, bis zu einem gewissen Grad willkürliche Selektion müssen dabei aber immer bewusst bleiben. Das Jugendwerk der Shell Holding Deutschland³ etwa bezieht in seine Untersuchungen Jugendliche zwischen 12 und 25 Jahren ein, der Weltbevölkerungsbericht⁴ 10- bis 24-Jährige. Neben anderen geht Peter Cuyvers für den westlichen Kulturkreis zusätzlich von einer „späten Jugendphase“ aus, die bis zu einem Alter von 30 Jahren angesetzt werden könne.⁵ Für das FWF-Projekt *Jugendsprache(n) in Österreich* wurde eine Alterskohorte von 12- bis 19-Jährigen gewählt.

Die Jugend wird als eine Lebensphase verstanden, die durch Besonderheiten in verschiedenen Bereichen der Entwicklung gekennzeichnet ist. Dies bezieht sich auf biologische, psychische, soziale und kulturelle Aspekte. Die damit einhergehende Einbeziehung verschiedener Wissenschaftsdisziplinen erschwert die Konkretisierung des Begriffs.⁶ Seit einiger Zeit gehen Sozialforscher zusätzlich davon aus, dass der reine Übergangscharakter der Jugend zu den „vollwertigen Erwachsenenpositionen“⁷ zugunsten eines sogenannten „Moratoriums“⁸ abgebaut wurde. Jugendliche verwei-

2 Ulrich Schneekloth: Die „großen Themen“: Demographischer Wandel, Europäische Union und Globalisierung. In: *Jugend 2006. Eine pragmatische Generation unter Druck*. Herausgegeben von Klaus Hurrelmann [u. a.]. Frankfurt am Main: Fischer-Taschenbuch-Verlag 2006. (= Shell-Jugendstudie. 15. Fischer-Taschenbücher. 17213.) S. 145–167, hier S. 148.

3 Vgl. hierzu u. a. *Jugend 2006; Jugend 2010. Eine pragmatische Generation behauptet sich*. Herausgegeben von Mathias Albrecht [u. a.]. Frankfurt am Main: Fischer-Taschenbuch-Verlag 2010. (= Shell-Jugendstudie. 16. [Fischer-Taschenbücher.] 18857.)

4 Vgl. 1,8 Milliarden junge Menschen. Potential für die Gestaltung der Zukunft. UNFPA Weltbevölkerungsbericht 2014. Herausgegeben von der Deutschen Stiftung Weltbevölkerung. Aus dem Englischen von Marion Schweizer, Textpraxis Hamburg. Hannover: Deutsche Stiftung Weltbevölkerung 2014.

5 Vgl. Peter Cuyvers: The Means of the Middle. Potential of Austrian Family Policy. In: *Familienforschung in Österreich. Markierungen – Ergebnisse – Perspektiven*. Herausgegeben von Brigitte Cizek. Wien: ÖIF 2004. (= ÖIF-Schriften. 12.) S. 247–277, hier S. 253.

6 Vgl. Katharina Liebsch: „Jugend ist nur ein Wort“. Soziologie einer Lebensphase und einer Gruppe. In: *Jugendsoziologie. Über Adoleszente, Teenager und neue Generationen*. Herausgegeben von K. L. München: Oldenbourg 2012, S. 11–31.

7 *Jugend 2006*, S. 35.

8 Ebenda, S. 34.



len länger in einem aus wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Perspektive „nutzlosen“ Zustand:

„Der Prozess der produktiven Auseinandersetzung mit der körperlichen und psychischen Innenwelt und der sozialen und gegenständlichen Außenwelt kann unter diesen Umständen durchaus in einer intensiven Form erfolgen – aber doch abgekoppelt vom wirtschaftlichen und beruflichen Leben.“⁹

Dies lässt sich u. a. mit der sich verschlechternden Wirtschaftssituation und dem damit einhergehenden Mangel an Arbeitsplätzen für Junge erklären, wodurch z. B. Bildungswege länger werden.

Als Leitkonzept zur Beschreibung der Jugend wird häufig das Konzept der *Identität* herangezogen, da im Jugendalter vermehrt Identitätsarbeit betrieben wird bzw. betrieben werden muss, auch wenn diese in der Soziologie als lebenslanger Prozess gilt.¹⁰ Jugendliche testen verschiedene Identitäten aus, was u. a. als Zeichen der Verortung des Selbst in der Welt bzw. in der Gesellschaft verstanden werden kann. Dazu gehört das Zurechtfinden in unterschiedlichen Rollen und als TeilnehmerInnen in verschiedenen gesellschaftlichen Bereichen wie beispielsweise als KonsumentInnen oder als StaatsbürgerInnen. Dafür bzw. für die Entscheidungs- und Verhaltensprozesse dahinter sind Peer Groups, also Bezugsgruppen, und Medien besonders relevant. Es kommt zum Ausprobieren und zur Verknüpfung verschiedener (Teil-) Identitäten, was zu einer sogenannten *Patchwork Identity*¹¹ führt.

Ein markantes Merkmal der Jugend von heute, dessen Einflussstärke in der Forschung allerdings durchaus nicht unumstritten ist,¹² ergibt sich durch den gesamtgesellschaftlichen Prozess der Individualisierung: Jugend erscheint diversifizierter und vielfältiger als früher.¹³ Die sozialen Hintergründe eines jeden Jugendlichen haben – wie bei allen anderen Mitgliedern der Gesellschaft – Einfluss auf den Entwurf von Lebensformen und auf die Partizipation an der Gesellschaft bzw. ihrer Kultur.¹⁴ Zur

9 Ebenda, S. 35.

10 Vgl. Janet Spreckels: Britneys, Fritten, Gangschta und wir. Identitätskonstitution in einer Mädchengruppe. Eine ethnographisch-gesprächsanalytische Untersuchung. Frankfurt am Main [u. a.]: Lang 2006. (= VarioLingua. 30.) S. 25–26.

11 Vgl. u. a. ebenda, S. 30.

12 Vgl. etwa Werner Thole: Jugend: Freizeit, Medien und Kultur. In: Handbuch Kindheits- und Jugendforschung. Herausgegeben von Heinz-Hermann Krüger und Cathleen Grunert. 2., aktualisierte und erweiterte Aufl. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2010, S. 727–763, hier S. 756; Werner Helsper, Heinz-Hermann Krüger und Sabine Sandring: Wandel der Theorie- und Forschungsdiskurse in der Jugendforschung. Einleitung. In: Jugend. Theoriediskurse und Forschungsfelder. Herausgegeben von W. H., H.-H. K. und S. S. Wiesbaden: Springer VS 2015. (= Studien zur Kindheits- und Jugendforschung. 2.) S. 9–32, hier S. 14.

13 Vgl. Jugend 2006.

14 Vgl. etwa Ingo Leven, Gudrun Quenzel und Klaus Hurrelmann: Familie, Schule, Freizeit. Kontinuitäten im Wandel. In: Jugend 2010, S. 53–128, hier S. 70–71 und S. 97.

Diversifizierung haben das Zusammenrücken der Welt, also die Globalisierung,¹⁵ und die Entwicklung der Medien – insbesondere der sogenannten „neuen Medien“ und des Internets¹⁶ – wesentlich beigetragen. Am stärksten geprägt ist diese Wahrnehmung von Social Media als Form einer direkten Partizipation der BenutzerInnen an den Medieninhalten. Reine Rezeption wurde abgelöst von interaktivem Austausch und interaktiver Generierung von Information.¹⁷

Wichtig sind auch die Gruppen, in denen sich Jugendliche bewegen. Im größeren Kontext wird hierbei von Jugendkulturen oder -szenen gesprochen. Viele Peer Groups fühlen sich einer solchen zugehörig und beziehen aus ihr Werte, Verhaltensweisen und Modevorstellungen auf unterschiedlichen Ebenen. Selten gehören Jugendliche nur einer Szene an, und selten tun sie dies über den gesamten Zeitraum ihrer Jugend. Durch Bricolage und Sampling sind viele dieser Subkulturen zudem nicht trennscharf voneinander zu unterscheiden.¹⁸ Besonders interessant an Jugendgruppen sind häufig ihre modischen Statements. Dabei handelt es sich z. B. um Kleidung, Verhalten und soziale Räume, in denen sich die *Szene* bewegt, aber auch um sprachliche Moden. Bei der Betrachtung derartiger Szenen darf nie übersehen werden, dass ebenso wie die Jugendlichen auch jugendlich dominierte Gruppen weder homogen noch unveränderlich sind und sein können.¹⁹ Vielmehr handelt es sich dabei um Zusammenschlüsse, die sich aus einer gemeinsamen Interessenfokussierung ergeben und die dann gemeinsame Umgangsformen, Kommunikationspezifika und Lebensentwürfe herausbilden. Dazu können neben eigenen Treffpunkten Rituale, Feste oder Kleidungsmerkmale gehören.²⁰

In diesem Rahmen bzw. unter dem Einfluss dieser und weiterer Aspekte finden das Leben und die Entwicklung der Jugendlichen statt. Die Konzeption der eigenen Identität, das Aufbauen und Gestalten von Beziehungen sowie damit einhergehende (oder eventuell gar dem vorgreifende) Konkretisierungen der Lebensentwürfe müssen ausgebildet werden. Das kann als große Herausforderung gesehen werden, die auch von Instabilität, Austestungen und Grenzüberschreitungen gekennzeichnet sein kann. Die Jugend als transitorische Lebensphase ist durch intensiven Wandel geprägt: So gesehen muss sich die Forschung damit auseinandersetzen, dass schon das einzelne Individuum kaum als statisch bzw. als homogen betrachtet werden kann.

15 Vgl. Schneekloth, Die „großen Themen“, S. 159.

16 Vgl. u. a. Thole, Jugend, S. 745–749; Leven/Quenzel/Hurrelmann, Familie, S. 101.

17 Vgl. ebenda, S. 103.

18 Vgl. Thole, Jugend, S. 751–752.

19 Vgl. Lars Clausen: Jugendsoziologie. Stuttgart: Kohlhammer 1976. (= Urban-Taschenbücher. 231.) S. 25.

20 Vgl. Ronald Hitzler und Arne Niederbacher: Leben in Szenen. Formen juveniler Vergemeinschaftung heute. 3., vollständig überarbeitete Aufl. Wiesbaden: Springer VS 2010. (= Erlebniswelten. 3.) S. 15–16.



2. Sprachliche Moden und Stile

Die bereits erwähnten Moden beziehen sich nicht nur auf Kleidung oder Hobbies, sondern auch auf Aspekte des Sprachgebrauchs, welche im Mittelpunkt der hier vorliegenden Betrachtungen stehen sollen.

Sprachmoden sind nach Hermann Bausinger auffallende sprachliche Erscheinungen, deren Gebrauchshäufigkeit innerhalb kurzer Zeit steil ansteigt und die bewusst als solche verwendet werden können, nicht aber müssen. Es ist dabei nicht unbedingt nötig, dass die Gebrauchshäufigkeit von einem absoluten Nullpunkt ausgehend zu steigen beginnt, und es ist weder Bedingung noch ist es die Regel, dass die Erscheinung wieder verschwindet.²¹ Als „sprachliche Mode“ sind demnach sprachliche Erscheinungen im Interesse variationslinguistischer Betrachtung zu verstehen, die sich durch ihr für außenstehende Beobachtende plötzliches Erscheinen zumeist im Kontext einzelner Gruppen einer SprecherInnengemeinschaft auszeichnen. Sie sind, wie auch sprachliche Stile, stark von Aspekten wie Gruppenzugehörigkeit, Lebensumständen und anderen sozialen Faktoren der SprecherInnen und SchreiberInnen beeinflusst und erfüllen daher sehr heterogene Funktionen. Im Kontext der Situation von Jugendlichen wird dabei insbesondere auf den Prozess der Identitätsfindung verwiesen.

„Stil“ wiederum ist nach Hans Georg Soeffner eine „beobachtbare Selbstpräsentation bzw. Präsentation von Personen, Gruppen oder Gesellschaften“, die „die Zugehörigkeit eines Individuums zu einer Gruppe oder Gemeinschaft“ kennzeichnet und das Angehören „zu einem bestimmten Habitus und einer Lebensform markiert, denen sich diese Gruppen oder Gemeinschaften verpflichtet fühlen“²²; er kann u. a. auf sprachlicher Ebene manifestiert sein. Androutsopoulos und Spreckels beschreiben Stil im Spannungsfeld sprachlicher Varietät aus soziolinguistischer Perspektive. Sie fassen Stil nicht „bloß als Eigenschaft eines Individuums [...], sondern als soziales Kennzeichen; Stile ‚gehören‘ Gruppen, Aktivitätstypen, Institutionen an.“²³ Aus sprachwissenschaftlicher Perspektive lassen sich Stilmerkmale auf verbaler, nonverbaler und paraverbaler Ebene feststellen.²⁴ Im Kontext von Printmedien weisen Androutsopoulos und Spreckels auch auf die Besonderheit sprachlicher Stile hin,

21 Vgl. Hermann Bausinger: Sprachmoden und ihre gesellschaftliche Funktion. In: *Gesprochene Sprache*. Jahrbuch 1972 des Instituts für Deutsche Sprache. Herausgegeben von Hugo Moser. Düsseldorf: Pädagogischer Verlag Schwann 1974. (= *Sprache der Gegenwart*. 26.) S. 245–266, hier S. 246.

22 Hans Georg Soeffner: *Die Ordnung der Rituale*. Frankfurt am Main: Suhrkamp 1992. (= *Suhrkamp taschenbuch wissenschaft*. 993.) S. 78.

23 Jannis Androutsopoulos und Janet Spreckels: Varietät und Stil. Zwei Integrationsvorschläge. In: *Variatio delectat*. Empirische Evidenzen und theoretische Passungen sprachlicher Variation. Herausgegeben von Peter Gilles, Joachim Scharloth und Evelyn Ziegler. Frankfurt am Main: Lang 2010. (= *VarioLingua*. 37.) S. 197–214, hier S. 199.

24 Vgl. ebenda, S. 207.

„in ihrer lokalen Diskursumgebung Kontrastqualitäten auf[z]uweisen: Sie lassen Kontraste zu einer jeweils unmarkierten Normallage entstehen, die anhand des von ProduzentInnen und RezipientInnen gemeinsam geteilten oder zumindest unterstellten Stereotypenwissens gedeutet werden können.“²⁵

Das Auftreten sprachlicher Stile kann areale Differenzen aufweisen und zeitlich eng begrenzt sein. Ein Beispiel dafür wäre die vor einigen Jahren in Österreich populäre Krocha-Bewegung, die im Gegensatz etwa zu dem seit den 1970er Jahren bestehenden und immer noch sehr aktiven Hip-Hop schon nach kurzer Zeit wieder verschwunden ist. Damit ähneln Stile anderen, auch außersprachlichen Modeerscheinungen. Sprachliche Moden und Stile weisen dennoch zumindest das Potential auf, in überregionale und längerfristig aktualisierte Varietäten einzufließen bzw. überzugehen.

Wie eingangs erwähnt, wird gerade die Sprache Jugendlicher häufig als Ansatzpunkt für die Betrachtung sprachlicher Moden bzw. möglichen Sprachwandels herangezogen. Ulla Britt Kotsinas unterscheidet dabei Innovationen betreffend phonologische Varianten, Slang, Grammatikalisierung und Sprachwandel im Kontext von Sprachkontakt.²⁶ Am stärksten scheinen lexikalische Varianten die SprecherInnengemeinschaft zu beeinflussen, populär sind seit geraumer Zeit z. B. mediale Aufarbeitungen von sogenannten „Jugendwörtern“. Häufig verwendete Neologismen sind zwar in der jeweils betroffenen Generation beliebt, halten sich aber selten. Beispiele wären „Gammelfleischparty“²⁷, „Wanderfritteuse“²⁸ oder „Slow Bro“²⁹. Auch Elemente im Kontext von Grammatikalisierungsprozessen werden immer wieder beobachtet.³⁰ Diese sind Anzeichen dafür, dass Moden auf verschiedenen Sprachebenen zu dauerhaft präsenten Varianten werden können.³¹

25 Ebenda, S. 211–212.

26 Vgl. Ulla Britt Kotsinas: Young people's language. Norm, variation and language change. In: Norm, variation and change in language. Proceedings of the centenary meeting of the Nyfilologiska Sällskapet. Herausgegeben von Johan Falk. Stockholm: Almqvist & Wiksell 1997. (= Studier i modern språkvetenskap. N. S. 11.) S. 109–132.

27 Begriff für eine Party für über 30-Jährige. Vgl. Jugendwort – eine Initiative von Langenscheidt. Homepage des Langenscheidt-Verlages zum Jugendwort des Jahres. Stichwort: Gammelfleischparty. Online: <http://www.jugendwort.de/> [2015-12-23].

28 Bezeichnung für eine Person mit fettigen Haaren. Vgl. ebenda, Stichwort: „Wanderfritteuse.“

29 Bezeichnung für eine Person, die auf psychischer und/oder physischer Ebene langsam ist. Vgl. ebenda, Stichwort: „Slow Bro.“

30 Im Deutschen sind in diesem Kontext etwa „null“ als Negativartikel oder die externe Intensivierung der Nominalphrase zu nennen, worauf in der Folge näher eingegangen wird.

31 Vgl. Jannis K. Androutsopoulos: Research on Youth-Language. In: Sociolinguistics. An International Handbook of the Science of Language and Society. Herausgegeben von Ulrich Ammon [u. a.]. Teilbd. 2. 2. Aufl. Berlin; New York: De Gruyter 2004. (= Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft. 3.2.) S. 1496–1505, hier S. 1499.



Sprachliche Moden zeigen sich z. B. auch auf der Ebene der Phraseologie, wie bei Sprüchen und Redewendungen, deren Gebrauchsfrequenz stark variiert – beispielsweise „Ich glaub mich knutscht ein Elch“.³² Im Bereich der Semantik beobachtet man u. a. Bedeutungswandel, wie bei „geil“ oder „ätzend“.³³

Allgemein zur Jugendsprachforschung sollen noch die folgenden Hinweise gegeben werden: Nach Klaus Gloy ist davon auszugehen, dass grundsätzlich nicht von einer homogenen Sprache und damit auch nicht von *einer* Jugendsprache gesprochen werden kann. Die Heterogenität der Sprachen spiegelt sich natürlich auch im Sprachgebrauch Jugendlicher, da auch unter den Jugendlichen große Unterschiede in lebensweltlichen und sprachlichen Bereichen bestehen. Außerdem lässt sich nicht von altersexklusivem, sondern nur von alterspräferentiellen Sprachgebrauch ausgehen: Jugendsprachlich anmutende Strukturen können durchaus auch von Kindern oder Erwachsenen verwendet werden und sind (nachgeahmt bzw. synthetisch) häufig Teil von Werbekampagnen und Vermarktungsstrategien etwa von Jugendmagazinen.³⁴

3. Sprachliche Moden österreichischer Jugendlicher

In Österreich lebten zu Beginn des Jahres 2015 über 600.000 Jugendliche im Alter zwischen 12 und 19 Jahren, was einen Anteil von rund 7 Prozent an der Gesamtbevölkerung ausmacht.³⁵

Im Rahmen des FWF-Forschungsprojekts *Jugendsprache(n) in Österreich* werden in ganz Österreich informelle Gespräche in Jugendgruppen dieser Alterskohorte aufgenommen, transkribiert und v. a. in Bezug auf syntaktische Strukturen und kommunikative Besonderheiten untersucht. Unter anderem liegt der Fokus auf syntaktischen Analysen und auf der Frage, inwiefern Unterschiede zwischen ruralem und urbanem Raum den Sprachgebrauch der Jugendlichen beeinflussen, in welchem Verhältnis Jugendsprachen zu Migrationssprachen stehen und wie sich der Sprach-

32 Vgl. Werner H. Veith: Soziolinguistik. Ein Arbeitsbuch. 2., überarbeitete Aufl. Tübingen: Narr 2005. (= Narr Studienbücher.) S. 66.

33 Vgl. Gerd Schank und Johannes Schwitalla: Ansätze neuer Gruppen- und Sondersprachen seit der Mitte des 20. Jahrhunderts. In: Sprachgeschichte. Ein Handbuch zur Geschichte der deutschen Sprache und ihrer Erforschung. Herausgegeben von Werner Besch [u. a.]. 2. Teilbd. 2., vollständig neubearbeitete und erweiterte Aufl. Berlin; New York: De Gruyter 2000. (= Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft. 2.2.) S. 1999–2008, hier S. 2001.

34 Vgl. Klaus Gloy, Hans-Jürgen Bucher und Michel Caillieux: Die sprachlich-kulturelle Arbeit von Jugendlichen oder vom Wert der Veränderung. Zum Zusammenhang von sozialem Wandel und Sprachwandel. In: Sprüche – Sprachen – Sprachlosigkeit? Ursachen und Folgen subkultureller Formen der Kommunikation am Beispiel der Jugendsprache. Herausgegeben von Karl Ermert. Rehburg-Loccum: Evangelische Akademie 1985. (= Loccumer Protokolle. 1984,17.) S. 115–120.

35 Vgl. Statistik Austria: http://www.statistik.at/web_de/statistiken/menschen_und_gesellschaft/bevoelkerung/bevoelkerungsstruktur/bevoelkerung_nach_alter_geschlecht/023470.html [2015-10-28].

gebrauch österreichischer Jugendlicher im Vergleich zu jenen anderer deutschsprachiger Länder verhält. Gerade zum Verhältnis von Dialekt und Jugendsprachen wurde bisher kaum geforscht, ebenso zur Situation in Österreich.³⁶ Abbildung 1 zeigt die genauen Aufnahmeorte.

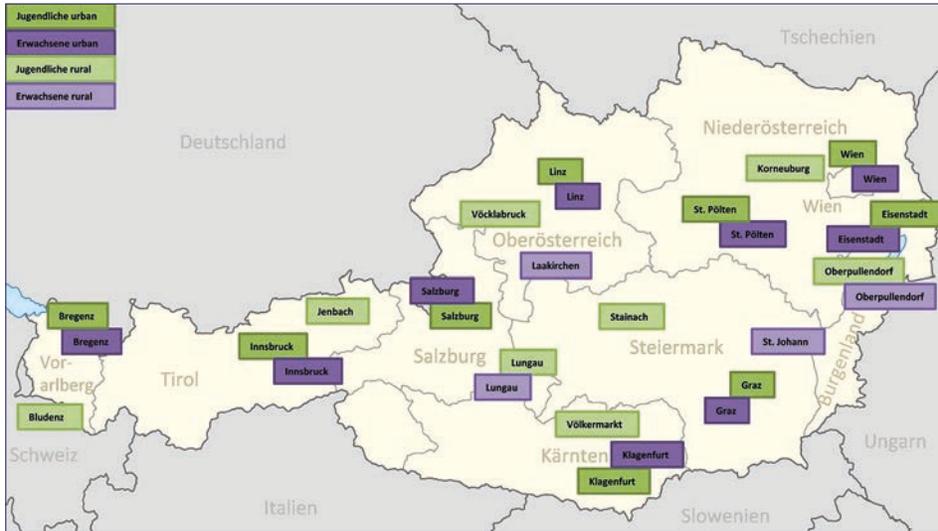


Abb. 1: Aufnahmeorte Projekt *Jugendsprache(n)* in Österreich (Stand: Dezember 2015).

Wie in der Abbildung deutlich wird, wurden in allen neun Bundesländern Österreichs Aufnahmen durchgeführt. Dabei wurde darauf geachtet, dass jeweils zumindest eine Aufnahme aus der Landeshauptstadt und eine aus einem ruralen Gebiet stammen. Die Aufnahmen erwachsener SprecherInnen sollen in der Auswertung zum Vergleich dienen. Der Korpusaufbau ist an diesem Punkt noch nicht abgeschlossen. Mit Ende 2015 wurde gerade der urbane Raum für Auswertungen fertiggestellt. Insgesamt wurden bisher 116 jugendliche SprecherInnen aufgenommen, wovon ungefähr die Hälfte in urbanen Räumen lebt. Die Geschlechterverteilung ist ausgewogen und der Großteil der SprecherInnen besuchte zum Zeitpunkt der Aufnahmen die Schule.

Schon während der Aufnahmen und anschließenden Transkriptionen fielen sprachliche Unterschiede insbesondere zwischen den Gruppen ins Auge. Diese können zur Abgrenzung von anderen Gruppen dienen und fördern gleichzeitig die Identitätsarbeit in der eigenen: Die Gruppe entwickelt einen spezifischen sprachlichen Stil.

3.1. Japanophile Tendenzen als Insidersignale

Identitätsmarker und Insidersignale werden von Jugendlichen in unterschiedlichster Weise generiert. Sie nutzen dabei ihr soziales Umfeld und finden respektive entwi-

³⁶ Vgl. Melanie Lenzhofer-Glantschnig: Syntax gesprochener Sprache in informeller Freizeitkommunikation Jugendlicher aus Osttirol. Graz, Univ., Diss. 2015, S. 24.



ckeln für sich distinktive soziale Marker. Ein beliebtes Motiv in der In-Group-Kommunikation unter Jugendlichen sowie in Distinktionsverfahren nach Außen ist die Übernahme von fremdsprachlichen Elementen.³⁷ Hierunter ist die Inkorporation von lexikalischen Elementen die gängigste Vorgehensweise, aber auch grammatische Prinzipien von Fremdsprachen tauchen in der Kommunikation unter Jugendlichen auf. Die Motivation zu einer solchen Übernahme kann dabei aus sämtlichen kulturellen Aspekten der Ursprungssprache stammen.

Zu diesem Phänomen sollen drei Beispiele aus einem Gespräch unter Jugendlichen präsentiert werden, die dem noch im Aufbau befindlichen Korpus (*JuSprOe-Korpus*) des genannten FWF-Projekts entnommen sind. Die sich hier unterhaltende Gruppe gehört einem Verein an, der sich vorwiegend mit Fantasy und Science Fiction beschäftigt; die jugendlichen TeilnehmerInnen sind 13 bis 18 Jahre alt und leben seit jeher in Kärnten. Als ein markantes Merkmal für diese Gruppe können japanophile Tendenzen hervorgehoben werden. Dieses resultiert aus dem gemeinsamen Interesse für japanische Kultur zwischen den TeilnehmerInnen sowie ihren Peer-Group-Mitgliedern und wird durch die gemeinsamen Clubaktivitäten gefördert. Die soziodemographischen Daten der SprecherInnen weisen keine Informationen auf, die diese Tendenzen begünstigen.

Unter anderem ist der Gebrauch japanischer Honorifica, die bestimmte Personenbezeichnungen konnotieren, programmatisch. Die japanischen Affixe der Höflichkeitsform in der Anrede sind in der westlichen Welt nicht ganz unbekannt, allerdings beschränkt sich das eher auf stilisierte Formen von *-san* (Anna-san) und eventuell noch *-sama* (Ehlich-sama). Die übrigen Formen und deren Funktionen sind Japanischkundigen fremd. Folgende Beispiele illustrieren, dass die Jugendgruppe das Wissen über diese Formen besitzt und sie als Insidersignal nutzt. Die Darstellung der Beispiele entstammt der Transkriptionspartitur von *EXMERaLDA*³⁸ und ist in unterschiedliche Zeilen und Segmente aufgeteilt. Am linken Rand sind die SprecherInnenkürzel, am oberen Rand sind mit Nummern und Zeitangaben die Äußerungssegmente vermerkt. Die Sprecher mit den Kürzeln MeM und MaM in den Beispielen sind weiblich, Sprecher GeM ist männlich. Transkribiert wurde das Gespräch nach *GAT 2*, einer in der deutschsprachigen Linguistik weit verbreiteten Transkriptionskonvention.³⁹

37 Wenn hier mit dem Begriff „Fremdsprache“ gearbeitet wird, ist der bilinguale Kontext davon ausgenommen. Bei diesem – und den etwaigen Code-Switching-Phänomenen darin – handelt es sich natürlich nicht um Übernahmen aus einer ‚Fremdsprache‘.

38 Bei *EXMERaLDA* handelt es sich um ein Software-Bündel zur Herstellung und Unterstützung von gesprochensprachlichen Korpora: <http://www.exmaralda.org/> [2016-03-07].

39 Eine Aufschlüsselung der Transkriptionskonvention findet sich am Ende des Artikels.

Beispiel 1.1: Höflichkeitssuffix *-chan* bei männlichem Gruppenmitglied⁴⁰
(JuSprOe – Klagenfurt, Seg. 124–130)

	124 [12:26.8]			
MeM [v]	[spitzname_gem]chan <<lachend> erLEUCHte uns.>			
	125 [12:28.4]		126 [12:29.0]	
GeM [v]	(-) <<mit verstellter Stimme> JA.		=ich werde euch erLEUCHten.>	
MeM [v]				
	127 [12:30.3]	128 [12:32.1]	129 [12:32.9]	130 [12:33.4]
GeM [v]	(0.9) ich bin der [GEM];			
		(-) u:nd wor		
MeM [v]			<<flüsternd>NEIN; =er ist	
MaM [v]		(-) HALlo.		
	..			
MeM [v]	[spitzname_GEM]chan.			

In gleicher Weise wird das Affix auch bei Sprecherin MaM im folgenden Beispiel eingesetzt:

Beispiel 1.2: Höflichkeitssuffix *-chan* bei weiblichem Gruppenmitglied
(JuSprOE – Klagenfurt, Seg. 618–622)

	618 [22:27.3]	619 [22:28.1]	620 [22:28.3]
GeM [v]		JA-	=[MAM]chan is weg.
MeM [v]	[MAM]chan is weg.		
		622 [22:29.7]	
GeM [v]	was machen wir ohne [MAM]chan-		

Das Suffix *-chan*, wie oben in „[spitzname_GEM]chan“ und „[MAM]chan“, entstammt dem Japanischen und markiert eine Person als klein und zierlich bzw. niedlich. Es handelt sich somit um ein Diminutiv-Suffix, das am besten mit dem deutschen Derivationsmorphem *-chen* verglichen werden kann. Gemäß den japanischen Anredeformen ist es kontextspezifisch⁴¹ und wird tendenziell bei Mädchen gebraucht, kann allerdings auch bei Jungen verwendet werden, was die Anrede an GeM legitimiert. Allerdings gibt es für Jungen auf dieser Ebene der Anredeformen das konkurrierende Suffix *-kun*, das wesentlich häufiger verwendet wird. Dieses Suffix bringt keine deutliche Konnotation mit sich, wie es *-chan* tut, und

40 Aus Gründen des Datenschutzes wurden personenausweisende Sprechbeiträge paraphrasiert und somit anonymisiert.

41 Zum Aufbau der japanischen Anredeformen siehe z. B. Klaus Vorderwülbecke: Anredeformen und Selbstbezeichnungen im Deutschen und Japanischen. In: Deutsch-japanische Kontraste. Vorstudien zu einer kontrastiven Grammatik. Herausgegeben von Gerhard Stickel. Tübingen: Narr 1976. (= Forschungsberichte des Instituts für Deutsche Sprache Mannheim. 29.) S. 335–394.



ist hauptsächlich als Anrede für Jungen funktional, die in einer untergeordneten oder freundschaftlichen Beziehung zum Sprecher stehen. Es ist auch nicht gänzlich auf männliche Personen beschränkt, wird aber nur selten für weibliche Personen genutzt und dann v. a. in erweiterten sozialen Kontexten.⁴² Dabei wird bei Frauen allerdings eher noch der Familienname zur Bildung verwendet. Grundsätzlich gilt für *-chan*, dass es keine scharfen Grenzen gibt, es kommt vielmehr auf die Relation der Gesprächspartner an. So können in stark informellen Registern wie unter Familienmitgliedern und FreundInnen auch in jedem Alter weibliche Mitglieder so adressiert werden. Hieran lässt sich erkennen, wie groß der Funktionsumfang von *-chan* ist. Von besonderem Interesse für die vorliegenden Ausführungen ist die positive Konnotation in der Verwendung, die ursprungssprachlich und auch hier gegeben ist. Bemerkenswert daran ist neben der Übernahme ins Deutsche, dass hier das Potential zur Abwertung einer männlichen Person nicht ausgeschöpft wird. Für gängige jugendsprachliche Praktiken wie *Frotzeln*, *Ärgern*, *Witzeln* u. Ä. wäre das eigentlich nur zu erwarten.⁴³

Die Adressierung des Sprechers GeM mit *-chan* wird gleich wie bei Sprecherin MaM ohne konnotative Abweichungen aus der Ursprungssprache übernommen und dient den SprecherInnen als In-Group-Merkmal. Allerdings kommt der Umstand hinzu, dass Sprecher GeM älter als die beiden anderen Teilnehmerinnen ist. Ursprungssprachlich würde das eher die Verwendung von *-kun* (o. Ä.) nahelegen. In diesem Punkt entfernen sich die jugendlichen SprecherInnen etwas von der normalen Verwendung und funktionalisieren die Ebene der Verniedlichung.

Größere Zusammenhänge zwischen dem Auftreten von *-chan* und der intendierten Funktion des Honorificums innerhalb der Gruppe sind nur schwer feststellbar. Es kann aber bemerkt werden, dass während des Gesprächs vorbeigehende Personen nie mit *-chan*, *-kun*, *-nisan* etc. angesprochen werden. Wo genau die Jugendlichen hier die Grenze ziehen, bleibt allerdings ungewiss.

Das zweite Beispiel zeigt ein weiteres der angesprochenen Affixe aus dem Japanischen. Die Adressierung bezieht sich auf eine nicht anwesende Person, die den HörerInnen bekannt sein muss, da keine Nachfrage getätigt wird und auch die Sprecherin nicht näher spezifiziert, wer die Person ist.

42 Vgl. Norie Mogi: Japanese Ways of Addressing People. In: *Investigationes Linguisticae VIII* (2002), S. 14–22, hier S. 16–17.

43 Einzig *Dissen* kann ausgeschlossen werden, da dies in reiner In-Group-Kommunikation nicht stattfinden sollte.

Beispiel 2: Höflichkeitssuffix *-niichan* bei nicht anwesendem Gruppenmitglied
(JuSprOe – Klagenfurt, Seg. 1418–1421)

	1418 [38:59.8]	1419 [39:01.6]	1420 [39:03.8]
MeM [v]	(-) [vorname]niichan hot GSOGT-	=ähm (--) des is wal ahm-	
MaM [v]			(--) darf i
..		1421 [39:05.4]	
MeM [v]		doppel FRAUenpower oder so is.	
MaM [v]	amal den ANDren?		

Dieses Beispiel weicht insofern von Beispiel 1 ab, als hier eine nicht gegenwärtige Person von Sprecherin MeM als „[vorname]niichan“ bezeichnet wird, was im Vergleich nicht einfach eine erweiterte Bedeutungskomponente durch den *nii*-Teil darstellt, sondern für sich ein Honorificum für ‚älterer Bruder‘ ist.⁴⁴ Es kann allerdings auch auf etwas ältere Personen im engen sozialen Umfeld referieren, die jemand sehr wertschätzt. Im vorliegenden Fall kann das nicht genau entschieden werden; eventuell handelt es sich tatsächlich um den älteren Bruder von MeM oder eben um ein Mitglied ihres engeren sozialen Kreises. Hinsichtlich japanischer Verwendung gibt die *chan*-Komponente einen Hinweis darauf, dass es sich um den älteren Bruder handelt, da in diesem Kontext die informelle Version (gegenüber dem formelleren (*o*) *niisan*) angemessener ist. Während zuvor bei *-chan* erläutert wurde, dass es grundsätzlich geschlechtsneutral verwendet werden kann, funktioniert das in diesem Fall nicht. Ursprungssprachlich gesehen wäre es beleidigend, eine weibliche Person mit *-niichan* oder auch eine männliche Person mit *-neechn* – das wäre das weibliche Pendant – anzusprechen. Es weist auch der genannte Vorname auf eine männliche Person hin. Die TeilnehmerInnen markieren demnach bewusst eine ihnen bekannte männliche Person mit diesem Affix und stellen damit eine soziale Relation her, die außerhalb der Gruppe nur wenigen bekannt sein kann.

Das letzte Beispiel zu dieser Gruppe und ihren Insidermerkmalen betrifft einen metakommunikativen Aspekt. Hier wird von Sprecherin MaM versucht, ein obszönes Thema aufzugreifen, das entweder in seiner japanischen Form als bekannt vorausgesetzt wird oder austestet, ob die anderen SprecherInnen die gleiche lexikalische Kompetenz im Japanischen aufweisen wie sie. In beiden Fällen impliziert die Nennung des Begriffs nur das Thema, sodass Unwissende automatisch ausgegrenzt sind.

Beispiel 3: Kategorie *yuri* als Insiderthema
(JuSprOe – Klagenfurt, Seg. 795–802)

	795 [26:32.4]	796 [26:33.2]	797 [26:34.1]
GeM [v]			(.) WAS?
MeM [v]	<<lachend, creaky> [mam]chan is viel zu UNverdorben.>		

44 Vgl. Vorderwülbecke, Anredeformen, S. 365–366.



MaM [v]	steht a auf				YUri?
	798 [26:34.7]	799 [26:36.3]	800 [26:36.8]	801 [26:37.1]	802 [26:37.8]
GeM [v]					(NÖ).
MeM [v]	(1.1) waß i NET; =glaub NET; =Oder?				
MaM [v]	stehest du auf YUri?				

Bei *yuri* handelt es sich um einen Begriff für Homosexualität unter Frauen,⁴⁵ wobei er nicht zwangsläufig in sexuellem Kontext vorkommen muss. Er kann auch ganz einfach auf Liebe und Zuneigung zwischen Frauen abzielen. Ferner könnte die Nennung im Beispiel auch als Name interpretiert werden und es ließe sich eine Nicht-Realisation des Artikels vor dem Namen nachweisen. Allerdings realisieren die SprecherInnen den Artikel im restlichen Gespräch zum einen, zum anderen wird über den Gesprächskontext vor der Passage deutlich, dass es hier um den sexuellen Aspekt geht.

Auf die Frage „steht a auf YUri?“ („Steht er auf Yuri?“) reagiert Sprecherin MeM zögerlich mit „waß i NET; =glaub NET; =Oder?“ („Weiß ich nicht. Glaube nicht, oder?“), wobei die einfache Wiederaufnahme und Re-Adressierung direkt an GeM noch nichts darüber aussagt, wie vertraut die Sprecherin mit der Kategorie *yuri* ist. Einzig ihre gleichbleibende kommunikative Normallage deutet darauf hin, dass sie keine Probleme mit diesem thematischen Bereich hat. Eine Veränderung der Stimmlage und markierte Prosodie wären z. B. Indizien für Unsicherheit in der Thematik – diese bleiben jedoch aus. Erst eine thematische Weiterführung würde allerdings eindeutig zeigen, ob die Sprecherin mit dem Begriff vertraut ist. Auf die erneute Wiederaufnahme mit direkter Adressierung an GeM durch MaM mit „stehest du auf yuri?“ bzw. eventuell auch auf die Adressierung durch MeM reagiert GeM mit einem schwer verständlichen, kurzen und nur leicht betonten „NÖ“. Drei Sprechbeiträge später äußert er dazu noch in deutlich inszenierter Weise mit zuerst stark aufsteigender und dann stark abfallender Intonation „Tata Trommelwirbel! Weiß ich nicht!“. Diese verspielte Wiedergabe zeigt eine deutliche Abweichung von seiner kommunikativen Normallage an. Diese Abweichung bzw. der spielerische Unterton kann aber mehrere Gründe haben und ist nicht eindeutig daran festzumachen, dass der Sprecher nicht wüsste, worum es gerade geht. Inwiefern Sprecher GeM mit dem thematischen Bereich vertraut ist, bleibt also – wie auch bei Sprecherin MeM – spekulativ. Es zeigen sich hier zumindest Tendenzen zur Unbekanntheit bei Sprecher GeM und Tendenzen zur Bekanntheit bei Sprecherin MeM. Zehn Minuten später wird ein ähnliches Thema, nämlich Homosexualität hinsichtlich der Kategorien *Schwule* und *Lesben*, aufgegriffen, aber von keinem / r Teilnehmer / in wird eine Verbindung zum Bereich *yuri* hergestellt. Ein referentieller Akt zurück auf das Thema hätte die Bekanntheit des Begriffs bei einem oder mehreren der SprecherInnen unterstrichen.

⁴⁵ Der Begriff verweist genau genommen auf Literatur und Medieninhalte, die den oben besagten *Content* aufweisen.

Die dargestellten Übernahmen aus dem Japanischen ins Deutsche zeigen deren Funktion als Identifizierungsmerkmal dieser Gruppe an und dienen zusammen mit den weiteren japanisch orientierten Thematiken im Gespräch⁴⁶ als Insidersignal.

3.2. Wegfall der Präposition

Im weiteren Verlauf des Artikels soll nun stärker auf grammatische Phänomene des Deutschen im Kontext von Jugendsprache eingegangen werden. So ist in Bezug auf syntaktische Veränderungen in der Sprache das Nichtsetzen von Präpositionen ein prominenter Fall. Hierzu ein Beispiel von Innsbrucker Jugendlichen aus dem JuSprOe-Korpus.

Beispiel 4: Wegfall der Präposition (JuSprOe – Innsbruck, Seg. 142–151)

	142	143	144	145	146	147	148	149	
OIH [v]	(.) jo,	(-) GEMma;					(--)	wer-	
MaH [v]			(--)	i fo:hr	fuaßboll AUSwärts;			(--)	i-
DrH [v]				=konnsch	alLOAN	gehen;			

MaH verzichtet mit der Äußerung „i fo:hr fuaßboll AUSwärts“ („Ich fahre Ø Fußball auswärts“) auf die Nennung der Präposition in Kombination mit einem Artikel. Außerdem lässt sich eine Ausklammerung des Elements *auswärts* erkennen, auf die an dieser Stelle leider nicht näher eingegangen werden kann.

Im Zusammenhang mit Artikelwegfall wurde dieses Phänomen bisher bei lokalen und direktionalen Angaben besonders häufig beobachtet. Bei den SprecherInnen variieren präpositionslose und präpositionale Formen. Nachdem das Phänomen zu Anfang im Kontext des Sprachgebrauchs von MigrantInnen bemerkt werden konnte, fand später eine „De-Ethnisierung“⁴⁷ statt, was bedeutet, dass auch MuttersprachlerInnen die Variante einsetzen. Solche Strategien werden unter der Kategorie „tertiärer Ethnolekt“⁴⁸ zusammengefasst. Damit wird deutlich, dass die Nichtrealisierung der Präposition kein bloßes Indiz für mangelhafte Sprachkompetenz sein kann.

Aufgrund der bereits mehrfach erfolgten Thematisierung des Präpositionswegfalls und der belegten Vorkommen über einen längeren Zeitraum hinweg erscheint es interessant, ob es sich bei dem Phänomen um eine sprachliche Mode oder um eine Er-

46 Aus Platzgründen kann kein gesamter Abriss über das Gespräch gegeben werden. Es bleibt anzumerken, dass das Themenfeld Japanisch auf unterschiedlichen Ebenen in der Unterhaltung vorkommt.

47 Peter Auer: Ethnische Marker zwischen Varietät und Stil. In: Das Deutsch der Migranten. Herausgegeben von Arnulf Deppermann. Berlin; Boston: De Gruyter 2013. (= Jahrbuch des Instituts für Deutsche Sprache. 2012.) S. 9–40, hier S. 19.

48 Vgl. etwa İnci Dirim und Peter Auer: Türkisch sprechen nicht nur die Türken. Über die Unschärfebeziehung zwischen Sprache und Ethnie in Deutschland. Berlin; New York: De Gruyter 2004. (= Linguistik – Impulse & Tendenzen. 4.) S. 220–221.



weiterung im System der deutschen Sprache handelt. Heike Wiese⁴⁹ hält dazu fest, dass der Gebrauch von Nominalphrasen ohne Präposition im Kontext von lokalen Angaben wie bei Straßennamen oder Haltestellen bereits in der SprecherInnengemeinschaft verankert wäre, während eine Erweiterung des Präpositionswegfalles etwa auf andere Orts- oder Zeitangaben insbesondere bei Jugendlichen auffiele. Nach einer Untersuchung von Vanessa Siegel⁵⁰ unter Jugendlichen mit Migrationshintergrund werden verschiedene Präpositionen in Funktion von lokalen und direktionalen Adverbialen weggelassen; in Einzelfällen werden auch Modaladverbiale ohne Präposition realisiert.

In Österreich wurde diesem Phänomen bisher nur sehr wenig Beachtung geschenkt. Aus der Fachliteratur geht hervor, dass dieses dort regional unterschiedlich, aber doch verbreitet ist, und das vor allem im südbairischen Raum. Die Verwendung dieser Strategie hat Heinz-Dieter Pohl schon 1989 thematisiert⁵¹ und 2009 noch einmal (speziell für Kärnten) angeführt, dass es sich um Sprachkontakt handeln dürfte, dass dies aber nicht restlos nachzuweisen sei:⁵²

„Ob die im südlichen Kärnten weit verbreitete präpositionslose Richtungskodierung ein Sprachkontaktphänomen durch Inkompatibilität der verwendeten Präpositionen ist (im Slowenischen *v* bzw. *na* + Akkusativ auf die Frage ‚wohin?‘, Lokativ auf ‚wo?‘), kann nicht entschieden werden.“⁵³

Das Phänomen ist auf alle Fälle keine funktionale Modeschöpfung der letzten Jugendgenerationen hinsichtlich sprachlicher Ökonomie – zumindest was Österreich betrifft.

3.3. Externe Intensivierung der Nominalphrase

Abschließend soll ein Korpusbeispiel zur externen Intensivierung der Nominalphrase besprochen werden. Dabei handelt es sich um eine Intensivierungspartikel, die formal gesehen aus der eigentlichen, sie beinhaltenden Phrase heraus vor diese Phrase bewegt wurde.

49 Heike Wiese: *Kiezdeutsch. Ein neuer Dialekt entsteht*. München: Beck 2012. (= Beck'sche Reihe. 6034.) S. 53–59.

50 Vanessa Siegel: *Präpositionalphrasen ohne Präposition? Zur syntaktischen Reduktion im ‚Türkendeutschen‘*. In: *Jugendsprachen. Stilisierungen, Identitäten, mediale Ressourcen*. Herausgegeben von Helga Kotthoff und Christine Mertzluft. Frankfurt am Main [u.a.]: Lang 2014. (= Sprache, Kommunikation, Kultur. Soziolinguistische Beiträge. 13.) S. 67–93.

51 Vgl. Heinz-Dieter Pohl: *Kleine Kärntner Mundartkunde. Mit Wörterbuch*. Klagenfurt: Heyn 1989, S. 64.

52 Vgl. Heinz-Dieter Pohl: *Sprachkontakt in Kärnten*. In: *Deutsch und seine Nachbarn*. Herausgegeben von Michael Elmentaler. Frankfurt am Main: Lang 2009. (= Kieler Forschungen zur Sprachwissenschaft. 1.) S. 117–132.

53 Ebenda, S. 127.

Beispiel 5: Externe Intensivierung der Nominalphrase*(JuSprOe – Innsbruck, Seg. 1840–1843)*

1840 [42:57.2] 1841 [42:58.2] 1842 [42:59.4]

MaH [v] °h a BILLardkugel. (--) ol_der geht HER, (1.8) woasch eh der hot **voll a zache**

.. 1843 [43:02.4]

MaH [v] **FRESsen**; der hot schun so viel GSCHLUCKT;

Im Beispiel oben wird von Sprecher MaH „voll a zache Fressen“ („voll ein herbes/verbrauchtes Gesicht“) geäußert, wobei formalgrammatisch „a voll zache Fressen“ zu erwarten wäre. Jannis Androutsopoulos, der als einer der Ersten dieses Phänomen diskutiert hat, sagt darüber:

„In der Syntax können jugendsprachliche Wendungen auf dem Weg der Reanalyse und Generalisierung zu neuen Konstruktionsmustern oder Funktionswörtern führen. Die strukturell innovative Wortstellung der Intensivierer vor der definiten Nominalphrase (z. B. voll der geile Typ statt ‚ein voll geiler Typ‘) scheint ihren Ausgangspunkt in der Intensivierung von Phraseolexemen (z. B. das ist voll der Hammer, da geht voll die Post ab) zu haben.“⁵⁴

Melanie Lenzhofer-Glantschnig argumentiert, dass die in den bairischen Dialekten vorkommende Artikelverdoppelung (beispielnahe *a voll a zache Fressen*) die externe Intensivierung der Nominalphrase begünstige und auch zur Stabilisierung dieser Strategie beitrage.⁵⁵ Die Autorin stimmt ausgehend von der großen Bedeutung des expressiven Sprachgebrauchs Jugendlicher auch mit Androutsopoulos' Meinung überein, dass die Struktur der externen Intensivierung die syntaktischen Mittel der Intensivierung ausbaut:⁵⁶

„Die NP-externe Intensivierung [...] kommt dadurch zustande, dass gegenüber dem Standard ein zusätzliches Stellungsfeld gewonnen wird, um die Funktion der Intensivierung zu erfüllen. In ihrer häufigsten Realisierung (als satzwertiges Fragment oder im Prädikativ) erscheint sie in bewertenden und expressiven Sprechhandlungen, in deiktischen sequenzabschließenden Kommentaren – insgesamt an wichtigen Stellen der jugendlichen Kommunikation.“⁵⁷

Nicht zuletzt das erklärt die verstärkte Verwendung bzw. auch die Vielfalt der externen Intensivierung in jugendlicher Kommunikation. Es ist eine alterspräferentielle Gebrauchsweise, die in ihrer Funktion auf Jugendliche „zugeschnitten“ ist. Sofern

54 Jannis K. Androutsopoulos: Forschungsperspektiven auf Jugendsprache. Ein integrativer Überblick. In: Jugendsprache – langue des jeunes – youth language. Linguistische und soziolinguistische Perspektiven. Herausgegeben von J. K. A. und Arno Scholz. Frankfurt am Main [u. a.]: Lang 1998. (= VarioLingua. 7.) S. 1–34, hier S. 18.

55 Vgl. Lenzhofer-Glantschnig, Syntax gesprochener Sprache, S. 228.

56 Vgl. ebenda.

57 Jannis K. Androutsopoulos: Deutsche Jugendsprache. Untersuchungen zu ihren Strukturen und Funktionen. Frankfurt am Main [u. a.]: Lang 1998. (= VarioLingua. 6.) S. 361.



wir also die Präferenz bestimmter Gebrauchsweisen gegenüber äquivalenten Konkurrenten als modisch betrachten, wäre die externe Intensivierung eine altersspezifische sprachliche Mode unter Jugendlichen.

4. Resümee

Wie gezeigt werden konnte, bietet sich gerade der Sprachgebrauch Jugendlicher an, wenn man sprachliche Modeerscheinungen, sprachliche Stile und damit (kurzfristige und nachhaltige) Veränderungen in der Sprache betrachten will. Dabei muss es sich nicht nur um lexikalische Aspekte handeln, wie sie doch in der Populärwissenschaft und vor allem der Öffentlichkeit immer wieder aufgegriffen werden. Freilich lassen sich Begriffe wie „geil“ oder „scheiße“ finden, die der sprachlichen Mode in der jeweiligen Jugendgeneration entstammen und heute zum Allgemeinvokabular des Deutschen gehören. Doch auch syntaktische und pragmatische Aspekte in der Jugendkommunikation sind nicht zu unterschätzen, wie in diesem Artikel gezeigt wurde. Es konnte dargelegt werden, auf wie vielen verschiedenen Betrachtungsebenen Modeerscheinungen zu finden sind und dass einige davon schnell wieder verschwinden, während andere einen längeren Zeitraum überdauern oder sogar zu Bestandteilen des Sprachinventars werden können.

Auszug relevanter Transkriptionskonventionen GAT 2⁵⁸

Ein- und Ausatmen

°h / h°	Ein- bzw. Ausatmen von ca. 0.2–0.5 Sek. Dauer
°hh / hh°	Ein- bzw. Ausatmen von ca. 0.5–0.8 Sek. Dauer
°hhh / hhh°	Ein- bzw. Ausatmen von ca. 0.8–1.0 Sek. Dauer

Pausen

(.)	Mikropause, geschätzt, bis ca. 0.2 Sek. Dauer
(-)	kurze geschätzte Pause von ca. 0.2–0.5 Sek. Dauer
(--)	mittlere geschätzte Pause von ca. 0.5–0.8 Sek. Dauer
(---)	längere geschätzte Pause von ca. 0.8–1.0 Sek. Dauer
(0.5)	gemessene Pausen von ca. 0.5 bzw. 2.0 Sek. Dauer
(2.0)	(Angabe mit einer Stelle hinter dem Punkt)

Sonstige Konventionen

und_äh	Verschleifungen innerhalb von Einheiten
äh öh äm	Verzögerungssignale, sog. „gefüllte Pausen“

58 Vgl. Margret Selting [u. a.]: Gesprächsanalytisches Transkriptionssystem 2 (GAT 2). In: Gesprächsforschung – Online-Zeitschrift zur verbalen Interaktion 10 (2009), S. 353–402: <http://www.gespraechsforschung-ozs.de/heft2009/heft2009.html> [2015-10-28].

Lachen und Weinen

haha hehe hihi	silbisches Lachen
((lacht))((weint))	Beschreibung des Lachens
<<lachend> >	Lachpartikeln in der Rede, mit Reichweite
<<lächelnd> soo>	„smile voice“

Rezeptionssignale

hm ja nein nee	einsilbige Signale
hm_hm ja_a	zweisilbige Signale
nei_ein nee_e	
?hm?hm,	mit Glottalverschlüssen, meistens verneinend

Sonstige Konventionen

((hustet))	para- und außersprachliche Handlungen u. Ereignisse
<<hustend> >	sprachbegleitende para- und außersprachliche Handlungen und Ereignisse mit Reichweite
()	unverständliche Passage ohne weitere Angaben
(xxx), (xxx xxx)	ein bzw. zwei unverständliche Silben
(solche)	vermuteter Wortlaut
(also / alo)	mögliche Alternativen
(solche / welche)	
((unverständlich, ca. 3 Sek))	unverständliche Passage mit Angabe der Dauer
((...))	Auslassung im Transkript

Sequenzielle Struktur/Verlaufsstruktur

=	schneller, unmittelbarer Anschluss neuer Sprecherbeiträge oder Segmente (<i>latching</i>)
---	---

Sonstige segmentale Konventionen

:	Dehnung, Längung, um ca. 0.2–0.5 Sek.
::	Dehnung, Längung, um ca. 0.5–0.8 Sek.
:::	Dehnung, Längung, um ca. 0.8–1.0 Sek.

Akzentuierung

akZENT	Fokusakzent
ak!ZENT!	extra starker Akzent
	Tonhöhenbewegung am Ende von Intonationsphrasen
?	hoch steigend
,	mittel steigend
–	gleichbleibend
;	mittel fallend
.	tief fallend



Sonstige Konvention

<<t> > interpretierende Kommentare mit Reichweite

Verändertes Tonhöhenregister

<<t> > tiefes Tonhöhenregister

<<h> > hohes Tonhöhenregister

Lautstärke- und Sprechgeschwindigkeitsveränderungen, mit Extension

<<f> > forte, laut

<<ff> > fortissimo, sehr laut

<<p> > piano, leise

<<pp> > pianissimo, sehr leise

<<all> > allegro, schnell

<<len> > lento, langsam

<<cresc> > crescendo, lauter werdend

<<dim> > diminuendo, leiser werdend

<<acc> > accelerando, schneller werdend

<<rall> > rallentando, langsamer werdend

Veränderung der Stimmqualität und Artikulationsweise

<<creaky> > glottalisiert, „Knarrstimme“

<<flüsternd> > Beispiel für Veränderung der Stimmqualität, wie angegeben