

# Leben wie im Kino

Jugendkulturen und Film

Bearbeitet von  
Horst Schäfer, Dieter Baacke

1. Auflage 2015. Taschenbuch. 272 S. Paperback  
ISBN 978 3 596 30376 2  
Format (B x L): 12,5 x 18,9 cm  
Gewicht: 304 g

[Weitere Fachgebiete > Musik, Darstellende Künste, Film > Filmwissenschaft, Fernsehen, Radio > Filmtheorie](#)

schnell und portofrei erhältlich bei

**beck-shop.de**  
DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung beck-shop.de ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.

Unverkäufliche Leseprobe aus:

**Horst Schäfer, Dieter Baacke**

**Leben wie im Kino**

**Jugendkulturen und Film**

Alle Rechte vorbehalten. Die Verwendung von Text und Bildern,  
auch auszugsweise, ist ohne schriftliche Zustimmung des Verlags  
urheberrechtswidrig und strafbar. Dies gilt insbesondere  
für die Vervielfältigung, Übersetzung oder die Verwendung  
in elektronischen Systemen.

© S. Fischer Verlag GmbH, Frankfurt am Main

# **Inhalt**

<b>Vorwort</b> . . . . .	9
<b>1 Jugend und Medien –</b>	
<b>Vom Objekt zum Subjekt der Mediengestaltung</b> . . . . .	11
Jugendliche: Marginalisierte Berichterstattungsobjekte . . . . .	12
Jugendliche als Subjekt der Medienszenen . . . . .	14
<b>2 Die Aneignung des Films durch Jugendkulturen</b> . . . . .	
	20
<b>3 Jugend, Kultur und Film – Akzente und Zuordnungen</b> . . . . .	
Ästhetisch-avantgardistische Orientierung . . . . .	27
Manieristische Orientierungen . . . . .	33
Alternativ-kritische Orientierungen . . . . .	34
Body, Action und Emotion als Orientierungen . . . . .	37
Religiös-spirituelle Orientierungen . . . . .	38
Die unauffälligen Mainstream-Orientierungen . . . . .	41
<b>4 Das Kino als Jugendtreff</b> . . . . .	
Kino-Erlebnisse . . . . .	45
Auch heute: Medienumgebung »Kino« bevorzugt . . . . .	50
Kino im Jugendfilm . . . . .	54
<b>5 Die Ära Adenauer und die Halbstarken</b> . . . . .	
Kriegsfolgen, Restauration, neue Tendenzen . . . . .	57
Trümmerfilme . . . . .	60
Die Saat der Gewalt . . . . .	62
Deutsche Jugend – deutsche Mädchen . . . . .	64
Nicht mehr fliehen . . . . .	67
Außer Rand und Band . . . . .	68
Lederjacken rechnen ab . . . . .	70
Die Halbstarken . . . . .	71

Conny und Peter machen Musik . . . . .	74
Warum sind sie gegen uns? . . . . .	75
<b>6 Stars, Idole, Ikone</b> . . . . .	77
Jugendliche Außenseiter und Rebellen . . . . .	77
Zwei Prototypen: Marlon Brando, James Dean . . . . .	81
Von der Existenz erfahrung zur Stilisierung . . . . .	90
Neue Idole – fortschreitende Individualisierung . . . . .	91
<b>7 Proteste und Manifeste vor und nach '68</b> . . . . .	95
Jugendaufbruch in den späten sechziger Jahren . . . . .	97
Schrei, wenn du kannst . . . . .	98
Der alte Film ist tot. Wir glauben an den neuen . . . . .	100
If... . . . . .	104
Undergroundfilm in den USA –	
Ausdrucksmittel einer postadoleszenten Jugend . . . . .	109
Film – Bestandteil eines Lebensdesigns . . . . .	111
Wiederbelebung der Beatnik-Kultur im Underground . . . . .	113
»Flesh« und »Easy Rider« – Undergroundfilm	
und Roadmovie . . . . .	118
Die ausradierten Hoffnungen . . . . .	124
<b>8 The Kids Are Alright – Die Musik- und Jugendfilmszene</b> . . . . .	128
Popmusik und Jugendkulturen . . . . .	129
Der Punk-Rock . . . . .	130
Rock Around the Cinema . . . . .	131
Hard Days, Hard Nights, Hard Movies – Die deutsche Szene . . . . .	134
»Johnny«, »Ricky« und »White Star« . . . . .	138
<b>9 Der authentische Jugendfilm</b> . . . . .	142
Alte und neue Leiden . . . . .	142
Annäherung an die Wirklichkeit . . . . .	144
Berliner Szenen . . . . .	147
Klassen Feind . . . . .	155
Die Hauptdarsteller . . . . .	156
<b>10 Neue Szenen und Unübersichtlichkeiten</b> . . . . .	160
»Warriors« und »Wanderers« . . . . .	161
The Outsiders – Straßen in Flammen . . . . .	165

Die Aufsässigen . . . . .	169
Colors . . . . .	171
Wild Angels in Germany . . . . .	174
On the Road im Revier . . . . .	177
Freche Mädchen aus England und Frankreich . . . . .	180
The British are coming! . . . . .	185
The Irish are too . . . . .	188
Lärm und Wut . . . . .	192
Skinheads and Hooligans – Die Ultra-Brutalen . . . . .	198
Freiheit ist ein Paradies – Das Kino der Perestroika . . . . .	202
Nena und Falco machen Musik –	
Der synthetische Jugendfilm kehrt zurück . . . . .	210
Am Rand der Träume . . . . .	212
Die Wende-Jugend . . . . .	214
<b>11 Bluejeans und Blauhemden – Der DEFA-Jugendfilm</b> . . . . .	217
Jahrgang '45 . . . . .	219
Erscheinen Pflicht . . . . .	226
Identifikation und Akzeptanz . . . . .	234
Freiheit und Einsamkeit . . . . .	236
<b>12 Neue Filme – neue Jugend?</b> . . . . .	239
Das Schwarzenegger-Syndrom . . . . .	241
Statt Storys Überwältigung der Sinne . . . . .	243
Die Clip-Generation . . . . .	244
<b>13 Rück-Projektionen und Ausblicke</b> . . . . .	249
Nostalgie und Konservatismus . . . . .	254
Die frühgeübte Mediengeneration . . . . .	257
Die Welt der Neunziger – das ist Wayne's World . . . . .	259
<b>Literatur</b> . . . . .	261
<b>Quellenhinweis</b> . . . . .	265
<b>Register</b>	
(Personen und Filmtitel) . . . . .	266

# **1 Jugend und Medien – Vom Objekt zum Subjekt der Mediengestaltung**

Der Film und das Kino sind nicht nur – im Vergleich zu Zeitung und Zeitschrift oder gar Büchern – junge Medien, sondern es handelt sich auch, gerade in heutiger Zeit, um Medien der Jugend. Aber die Jugendlichen leben heute natürlich nicht nur in den Vorstellungswelten der Spiel- und (seltener) Dokumentationsfilme, und sie suchen diese auch keineswegs ausschließlich in den Kinos. Wer heute heranwächst, lebt in reich aggregierten Medienwelten, dies meint: vom Radio über den Kassettenrecorder bis zum Schallplattenspieler und Walkman; vom Fernsehgerät über den Videorecorder bis zur Videokamera und zum Fotoapparat; vom Telespiel bis zum Computerprogramm; vom Telefontreff bis zur Mail Box – die neuen Kommunikationsmedien umgeben Heranwachsende mit einer Fülle von Kommunikationsreizen, Signalen, Klängen, deutbaren und rätselhaften Zeichen, mit Klierschees und verzaubernden Symbolen, mit ritualisierter Langeweile und Faszination. Und es sind nicht nur die Apparate, die junge Menschen zu Mediennutzern großen Stils machen. Sie wiederum stehen in oft vielfältig ausgestatteten Medienumgebungen: Dazu gehören Kino und Kaufhaus, Diskothek und Videothek, Jeans-Shop und Teletreff, Kellerstudio und Jugendzimmer.

Günther Anders hat in seinem Buch »Die Antiquiertheit des Menschen« aufgrund amerikanischer Erfahrungen bereits 1956 von einer grundlegenden Verwandlung der Wirklichkeit gesprochen, die die Medien betreiben. Die Beschreibung des Menschen als »homo viator« (Gabriel Marcel), also als eines Wesens, das sich durch die Welt bewegt und sie dadurch erobert, wird inzwischen durch den im Kino- oder Haussessel sitzenden »Rezipienten« in Frage gestellt, weil es sich hier nicht mehr um eine wirkliche leibliche Bewegung handelt, sondern Medien den Menschen Omnipräsenz auch dann verschaffen, wenn er sich gar nicht bewegt. Für Anders ist diese neue Art des Daseins gekennzeichnet durch eine Beziehung »zur Welt von so abgründiger Verkehrtheit«, daß wir gar nicht erfassen können, was sich ver-

ändert hat. Denn: »Obwohl wir in Wahrheit in einer entfremdeten Welt leben, wird uns die Welt so dargeboten, als ob sie für uns da wäre, als ob sie unsere wäre und unseresgleichen. Als solche ›nehmen‹ (= betrachten und akzeptieren) wir sie, obwohl wir zu Hause im Fauteuil sitzen; d. h., obwohl wir sie nicht effektiv, wie das ›einfach fressende Tier‹ oder der Eroberer, nehmen und sie nicht effektiv zu unserer machen oder machen können; jedenfalls nicht wir, die durchschnittlichen Radio- und Fernsehkonsumanten. Vielmehr ›nehmen‹ wir sie so, weil sie uns so in Form von Bildern serviert wird. Dadurch werden wir zu voyeurhaften Herrschern über Weltphantome.«

Diese pessimistische Prognose einer Medienwelt, in der es weder Bewegung noch Ziele geben kann, der Mensch letztlich ausgeschlossen bleibt von dem, was er nur noch hört und sieht, gewinnt durch die Ausweitung der neuen Kommunikations- und Informationsmedien an Prägnanz. Kabel, Satellit, neue terrestrische Frequenzen und neue Endgeräte (der Bildschirm als integriertes Terminal), neue Dienstleistungen und elektronische Angebots- wie Arbeitsformen führen dazu, daß die hastigen Schnitte der Videoclips, die schnell ablaufenden Bilder der Actionszenen auf »Rezipienten« treffen, die an dem für sie vorgeführten Geschehen nur noch durch psychische Anspannung teilhaben – in Wahrheit sind sie von allem ausgeschlossen.

Solche kulturkritischen Überlegungen haben, wie gesagt, Tradition. Bezogen auf Jugendliche verschärfen sie sich. Denn Produzenten und Medienkontrolleure sind zumeist die Erwachsenen.

## **Jugendliche: Marginalisierte Berichterstattungsobjekte**

Die Ereignisse, über die die Medien berichten, betreffen uns alle. Vom Tod Elvis Presleys und dem Mord an John Lennon über die Hochzeit von Lady Diana und Prinz Charles, vom Abstieg von Schalke 04 aus der Bundesliga bis zur Frauenbewegung, vom rechten Terror auf dem Münchener Oktoberfest bis zu Günter Wallraffs Bildzeitungsstudie und Vorfällen in Brokdorf und Gorleben, für all dies interessieren sich Jugendliche (Beispiele aus dem Jahr 1981, Shell-Jugendstudie, »Jugend '81«, Bd. 1, S. 115f.) in gleicher Weise. Thematische Relevanz der Themen, wie Jugendliche sie gewichten, und entsprechende Medienberichterstattung scheinen übereinzustim-

men. Aber: Die großen und wichtigen Ereignisse der Jugendkultur sind in den Medien weniger oder kaum repräsentiert: Anti-Atom-Märsche, Straßenhappenings in Hamburg, Zürich, Berlin, Frankfurt, Freiburg, Hausbesetzer-Kongresse, zahlreiche Festivals und spontan inszenierte Ereignisse – sie alle kommen gar nicht oder schief ins Bild. Die Verfasser der hervorragend informierenden Studie »Jugend '81« resümieren (S. 431f.): Die Jugend werde gern als Gegenstand von Berichterstattung und kritischem Kommentar ins publizistische Visier genommen. Authentische Äußerungen derer, über die geschrieben und geurteilt werde, gebe es entschieden weniger. Selbst lebensweltnahe Reportagen aus der Szene – eine doch klassische Form journalistischer Berichterstattung – gibt es selten. Statt dessen haben wir eine erdrückende Fülle von Grundsatzäußerungen und Polemiken zur Jugendfrage aus Politikermund und (in zweiter Linie) aus kirchlichen und anderen, weltlichen Autoritätskreisen. Die Seite der Erwachsenen und ihrer Funktionsträger erhält im Übermaß Gelegenheit, eigenen Motiven, Ängsten, Zielen und Kompetenzen über die vorhandenen Medien Ausdruck zu verleihen; hingegen sind die Selbstdeutungen, Selbstrechtfertigungen und Programme der jüngeren Generation kaum gefragt. Werden Jugendliche zum Thema, dann entweder als Problemgruppe (es wurde wieder randaliert), als SportlerInnen oder als brave Jungen und Mädchen, die eine »gute Tat« zur lobenden Erwähnung bringt (Retten eines kleinen Kindes aus dem Kanal etwa).

Auch die Filmwelt, von den großen Spielfilmen bis zu den neuen Fernsehserien, schildert Jugendliche traditionellerweise nach Maßgabe von Gesichtspunkten, die die (meist älteren) Regisseure ausgewählt haben. Auch in leicht kritischen, nicht affirmativ gemeinten Filmen war dies bis in die fünfziger Jahre hinein selbstverständlich (und natürlich gilt dies für viele Produkte bis heute und sicherlich auch in Zukunft). Ein Beispiel sind die Verfilmungen der Erich-Kästner-Romane. Der Film **DAS DOPPELTE LOTTCHEN** etwa zeigt Zwillingsschwestern, die ihre getrennt lebenden Eltern hereinlegen, indem sie sich austauschen und so die Lebenswelt der je anderen Schwester erkunden – mit dem Resultat, daß sie die Eltern schließlich wieder zusammenbringen. Auf den ersten Blick scheint es so zu sein – und genau dies hat Erich Kästner gemeint –, daß Kinder auch Erwachsene »lenken« können. Dahinter steht freilich auch: Dies ist nur dann der Fall,

wenn die Erwachsenen wirklich nicht verstehen wollen, was Kinder sich wünschen. Im Film: mit der leiblichen Mutter und dem leiblichen Vater wieder zusammenzusein. Erst damit ist ein kindhaft-natürliches Verhältnis zu den Erwachsenen gegeben; kein Wunder, daß die Freundin des Vaters eher als lächerliche Figur erscheint, die – parfümiert und modisch überladen – schon durch ihr Erscheinungsbild zeigt, wie wenig sie für den Vater geeignet ist und wie schlecht sie als Mutter sein würde. Die aufbegehrenden Kinder werden also schließlich in einem ganz traditionellen Deutungsmuster eingefangen, und ihr Protest, der im Tausch der Rollen besteht, dient der Bestätigung einer von Erwachsenen gedachten und erwünschten Weltordnung. Insofern schlägt das pädagogische Verhältnis der Generationen auch in ganz unpädagogisch gemeinten Filmen immer wieder durch. Kinder und Jugendliche bestätigen, was die Erwachsenen für sie ausgedacht haben.

Doch inzwischen hat diese Grundfigur Risse bekommen, ja in vielen Szenen gilt sie als antiquiert, nicht mehr diskutierbar.

### **Jugendliche als Subjekt der Medienszenen**

Seit den fünfziger Jahren gibt die eben geschilderte These nur die halbe Wahrheit wieder. Dies betrifft sowohl den Vorwurf, der moderne Mensch werde an den Kinosessel gebannt und die Welt bewege sich um ihn herum, als auch die Meinung, thematisiert werde ausschließlich das, was die Produzenten und ihre Auftraggeber für wichtig halten. Beide Aspekte lassen sich in Frage stellen.

So sind Jugendliche nach allen vorliegenden Daten relativ unbefangene und vorurteilsfreie Mediennutzer mit entschieden weniger Berührungsängsten gegenüber den neuen Medien (Computern etwa) als ihre Eltern. Zwar ist ihre häufigste Freizeitbeschäftigung die Mediennutzung (fernsehen, Zeitung lesen, Radio hören, Schallplatten/ Kassetten nutzen, ins Kino gehen, Video sehen). Sie folgen damit den omnipotenten Medienangeboten, denn Kindheit ist heute Medienkindheit, Jugend Medienjugend. Doch gleichzeitig steht das Zusammensein mit Gleichen/Trigen oder sportliche Betätigung, jedenfalls den Wunschvorstellungen nach, an erster Stelle. Und die Mediennutzung erfolgt, soweit nur möglich, gesellig, also mit Freunden und Freundin-

nen, Geschwistern oder Eltern. Insofern besitzt die Altersgruppe Jugend ein eigenes Mediennutzungsprofil: Jugendliche benutzen unterschiedliche Medien am intensivsten und zugleich unterschiedlich. Sie nutzen unterschiedliche Medien, indem sie neben dem Fernsehgerät auch das Radio oder das Videogerät bevorzugen und vor allem gern ins Kino gehen – im Gegensatz zu den meisten Erwachsenen. Zugleich befriedigen Medien Erwartungen und Bedürfnisse unterschiedlicher Art. Dabei spielen mindestens fünf Funktionen eine wichtige Rolle:

- Erleichterung (die Sorgen vergessen);
- Erregung und Abenteuer, Aggression und Spannung, Action;
- Informationen erhalten, Neues erfahren;
- Konversationsangebote bekommen;
- Entspannung, Erheiterung (etwas bringt mich zum Lachen).

Jugendliche steuern also ihre Mediennutzung – und dazu gehört auch die Auswahl von Filmen und die Überlegung, welcher Kinobesuch geplant werden könnte – nach durchaus aktiven Interessen und verschiedenen Bedürfnissen. Auch in der Bevorzugung bestimmter Medien unterscheiden sie sich von anderen Altersgruppen. Wesentliche Leitmedien für Jugendliche sind auditive Medien: Radio, Schallplatten, Kassetten, auch Walkman. Es ist die Rock- und Popmusik, die für Jugendliche wichtig ist – neben dem audiovisuellen Filmangebot und dem Kino, das zunehmend zu einem Jugendfreizeit- und Treffort geworden ist. Hinzu kommt, daß Jugendliche auch die Orte, an denen sie Medien benutzen, weitgehend selbst festlegen und sich insofern nicht nur in den häuslichen Fauteuil oder den Kinosessel bannen lassen. Jugendliche verbringen zunehmend ihre Freizeit außer Haus und entziehen damit auch ihre Mediennutzung dem familiären Interaktionszusammenhang. Während 1974 noch 74 % der Freizeit an Werktagen und 71 % am Samstag zu Hause verbracht wurden, sank dieser Anteil 1984 an Werktagen auf 57 % und an Samstagen sogar auf 53 %. Die heutigen Jugendlichen und jungen Erwachsenen verbringen also einen viel größeren Anteil ihrer freien Zeit außer Haus, als dies früher der Fall war, nämlich unter der Woche 43 % und an Samstagen 47 % (Bonfadelli, 1985, S. 131). Insofern sind Jugendliche Mediensouveräne, weil sie nicht nur bestimmen, welche Medien sie aus welchen Gründen auswählen, sondern auch, wo und wann.

Aber auch das zweite kritische Argument geht in die Brüche, will es sich generalisieren und keine Ausnahmen im Spektrum zulassen. Es bestand ja in dem Vorwurf, daß Jugendliche allenfalls zu Objekten der Berichterstattung und der Mediendarstellung (auch im Kino) gemacht würden. Dies stimmt ohne Zweifel bis in die fünfziger Jahre und in manchen Bereichen darüber hinaus. Es ist aber auch, wie die folgenden Kapitel zeigen, gerade der Zeitraum der zurückliegenden Jahrzehnte, in denen im Filmbereich – aber auch anderswo – sich ein Wandel vollzog, dessen Akzentuierung und Ausmaß, aber auch ästhetische wie kulturpolitische Bedeutung in diesem Band erörtert werden. Jugendliche sind es nämlich vor allem, die zunehmend einen alternativen Medienmarkt bevorzugen – handele es sich um die neuen Szenezeitschriften, die Fanmagazine oder eine Fülle von Fachzeitschriften, gehe es um spezifische Filme und Filmerszenen nicht nur im Videobereich, oder handele es sich um freie Radiosender, Radio-gruppen oder Piratensender. In zwei der neueren Filme wird diese Entwicklung auf den Punkt gebracht: *PUMP UP THE VOLUME* (HART AUF SENDUNG, USA 1990; Regie und Buch: Allan Moyle) handelt von einem intelligenten, aber eigenbrötlerischen Schüler in Arizona, der mit seinem illegalen Radiosender unangenehme und unterdrückte Wahrheiten aus dem Kleinstadtleben und dem Schulbetrieb verbreitet. Der ansonsten schüchterne Junge trifft als »Happy Harry mit dem Harten« den Nerv der Jugendlichen, die sich mit ihm und seinen Sprüchen identifizieren. Da er sich in unkonventioneller Weise Themen wie Drogenkonsum, Selbstmord und Homosexualität annimmt, ist ihm bald die Aufmerksamkeit der Schulleitung und der Behörden sicher. Durch eine unglückliche Verkettung von äußeren Umständen muß er seine Identität preisgeben und die Sendungen aufgeben. Bei seinen Altersgenossen hat er immerhin erreicht, daß sie sich solidarisieren und über Nacht ein neues Netz von Piratensendern entsteht.

Für den Piraten-DJ Happy Harry spielt die Auswahl der richtigen Musik eine wichtige Rolle; seine Eltern waren 1960er Hippies, und über sie ist er mit Klassikern wie Leonard Cohen herangewachsen. Kein Wunder, daß dessen Song »Everybody Knows« das Leitmotto der Musikprogramme von Harrys freiem Radio ist.

Einen anderen Aspekt des Radiomachens berührt Isaac Julien in seinem Film *YOUNG SOUL REBELS* (Großbritannien 1990). Anfang der



Die YOUNG SOUL REBELS machen Radio

achtziger Jahre war der in East London geborene Regisseur Mitbegründer einer Film- und Videofirma für engagierte, junge schwarze Filmemacher und ihre kompromißlosen Filmprojekte. YOUNG SOUL REBELS spielt im Juni 1977 in London. Queen Elizabeth II. feiert ihr 25jähriges Amtsjubiläum. Eine Woche lang wird Tag und Nacht in den Straßen gefeiert. Die Sex Pistols sind die Stars einer bestimmten Szene; »No Future« ist die Botschaft der Stunde. Während sich die Skins und Anhänger der Nationalen Front mit den Punks prügeln, kämpfen die Schwarzen um ihre Rechte und Freiräume; ihre Musik beginnt, die Welt zu erobern. Soul liegt in der Luft. Eine unter vielen Stationen ist der von einer Autowerkstatt aus betriebene Piratensender »Soul Patrol«. Von hier aus schicken schwarze Jugendliche ihre musikalische Botschaft in den Londoner Äther: »One Nation Under A Groove.« Soul liegt in der Luft. Für die beiden DJs Chris und Caz bedeutet das Radio ihr Leben. Chris will unbedingt DJ bei einem kommerziellen Radiosender werden, und er unternimmt alle Anstrengungen, ins Geschäft zu kommen. Als ein junger Farbiger, ein

Bekannter von Chris, nachts in einem von Homosexuellen besuchten Park ermordet wird, gerät Chris unter Verdacht und muß seine Karrierepläne vorübergehend zurückstecken, um den wahren Täter zu entlarven.

Die Kriminalgeschichte dient als Klammer einer Reportage über die Londoner Disco- und Radioszene, in der die jungen Schwarzen nicht nur die Konsumenten, sondern auch die Macher sind oder sein wollen. Der Film *YOUNG SOUL REBELS* ist entsprechend schrill, laut und schräg wie das Programm von »Soul Patrol«: Wie Single auf Single folgt rhythmisch montiert Szene auf Szene.

Dieser Wandel der Perspektive – Jugendliche werden von Objekten (Rezipienten, Nutzern, Käufern) zu Produzenten in der Medienszene – gilt auch generell und für alle Medien. Auch hier sind die Filme in eine allgemeine Entwicklung eingebunden. Sicherlich haben die auditiven Medien eine gewisse Vorreiterfunktion. So waren es die amerikanischen Radiostationen, die in den fünfziger Jahren zunehmend jugendspezifische Musik förderten und sich damit ein neues Publikum schufen. Die Discjockeys der Stationen waren und sind teilweise Stars, vor allem seit dem Aufkommen der neuen Rockmusik in den fünfziger Jahren. Diese Discjockeys stellten sich mit Vornamen vor, sprachen ihre jugendlichen Hörer ebenso mit Vornamen an und gehörten meist selbst der jungen Generation an. Hinzu kam eine wachsende publizistische Selbständigkeit der Rockszene, dokumentiert in der Gründung der Zeitschriften »Rolling Stone« oder »Sounds«. Die Rockszene begann, sich im Bereich ihrer eigenen Publizistik kritisch mit ihren Traditionen und Entwicklungsmöglichkeiten auseinanderzusetzen, und bald standen Janis Joplin, Rod Stuart, Joe Cocker oder Jim Morrison als Vertreter eines neuen Stils Ray Charles, Aretha Franklin und Tamla Motown kritisch gegenüber. Gleichzeitig wurde die Aufnahme- und Wiedergabetechnik immer anspruchsvoller und schwieriger; es entstand eine eigene Studio-Welt mit unterschiedlichsten Ansprüchen und Realisationsmöglichkeiten (dazu: Baacke, 1988).

Daß gleiches für den Film gilt, ist die These dieses Buches. Zwar bleibt die Verkettung von jugendautonomen und authentischen Produktionen mit kommerziellen und marktgesteuerten Bestimmungsmomenten auch hier unaufhebbar. Aber zwischen einem *DOPPELTEN LOTTCHEN* und einem Film *REBEL WITHOUT CAUSE* liegen Welten

ebenso wie zwischen den MÄDELN VOM IMMENHOF und den neuen Halbstarken- und Musikfilmen. Es gibt die neue Generation von Jugendfilm-Regisseuren, die sich mit ihren jugendlichen Darstellern identifizieren – bis zu Hark Bohm, der über viele Jahre hinweg Familienangehörige als Kinder und Jugendliche zu Hauptdarstellern seiner Filme machte. In diesem Verhältnis symbolisiert und verdichtet sich, was Trend ist, und das seit Jahren und in verschiedenster Ausprägung. Neben dem Mainstream erwachsenenorientierter und -kontrollierter Produktionen gibt es eine eigene Szene, die Situation und Stilistik der Jugendgenerationen stärker als je bisher zum Ausdruck bringt. Was für die Jugendliteratur, die Musik und die Print-Publistik oder das Radio gilt, bestätigt sich auch für den Film: Er wird – in historisch wechselnder Art – zu einem Ausdruck, ja Träger von Jugendkultur, und dies in zweifacher Weise: Er ist nicht nur Botschafter für die anderen, der deutlich macht, was Jugend und Jugendlichkeit heute bestimmt; er wird auch zum Medium des Selbstverständnisses und der Binnenartikulation der Szenen und damit selbst zum Be- standteil von Jugendkultur.

## 2 Die Aneignung des Films durch Jugendkulturen

»Das Zusammenspiel zwischen jugendlicher Inszenierung und Medien-Inszenierung wurde in den fünfziger Jahren geprobt und erfuhr in diesen Jahren eine bleibende Prägung. Jugendliche lernten auf diese Weise rasch, daß sich die Wirksamkeit von Straßen-Action über Medien vervielfachen läßt. Erreicht man auf diesem Weg doch über das begrenzte, mehr oder weniger zufällig anwesende Straßenpublikum hinaus ein in die Hunderttausende und Millionen gehendes Medien-Publikum«: Das ist Jürgen Zinneckers These in seiner Darstellung der Jugendkultur im Zeitraum von 1940 bis 1985 (1987, S. 138). Es besteht also eine Komplizenschaft zwischen Jugend und Medien in der Weise, daß etwa die »Frankfurter Allgemeine Zeitung« schon am 7. September 1956 davon sprach, daß die Halbstarken durch die Medien erfunden seien. Indem die Straßen-Randale unterschiedlicher Gruppierungen immer wieder große Publizität erlangte, gerieten Jugendliche nicht nur in den Fokus einer allgemeinen Aufmerksamkeit, sondern sie konnten damit auch die Inszenierung ihrer Stile auf breiter Basis durchsetzen. Ohne Medien sind moderne Jugendkulturen nicht denkbar – dem ist zuzustimmen. Als in der ersten Hälfte der achtziger Jahre in einigen Magazinen und Zeitungen von den »Popfern« die Rede war, wurde das Inszenierungsverhältnis zwischen Jugendlichen und Medien noch deutlicher. Zwar gab es Jugendliche, die sich nach Popper-Art kleideten (gepflegt, mit Haartolle über einem Auge etc.), aber erst die Darstellung dieser Jugendlichen in den Medien machte sie zu einer Jugendkultur und führte andererseits dazu, daß sich bisher nicht von der Popper-Welle erfaßte Jugendliche veranlaßt sahen, das Popper-Design nachzuahmen.

Attraktiver waren freilich immer Jugendliche als Problemgruppe, als »verwildert«, aggressiv, gefährlich. G. Kaiser unterscheidet die alltägliche Straßen-Randale in bestimmten Revieren von der »Welle der Großkrawalle«. Zu enge Wohnverhältnisse, Entstabilisierung des El-