

Forschungsfeld 'Szenen'

– zum Gegenstand der DoSE

Ronald Hitzler und Arne Niederbacher

1 Einleitung

Die oberste 'Direktive' für alle Forscherinnen und Forscher, die sich auf das berufen, was vor einigen Jahren von 'dritter Seite' als Dortmunder Szenen-Ethnografie (DoSE) bezeichnet worden ist, besagt vor allem, dass wir zwar Szenen erkunden und ihren jeweiligen Sinngehalt auch nicht daran beteiligten Menschen vermitteln wollen, dass wir dabei aber dezidiert *keinerlei* Jugendarbeit oder Jugendhilfe betreiben oder mit und bei unseren Studien ein sonst wie geartetes pädagogisches bzw. sozialpädagogisches Ziel verfolgen. Wenn das, was wir tun, für die Menschen, die in den Szenen leben, einen Nutzen hat, dann allenfalls den, dass wir das, was sie tun, anderen Menschen, die das nicht tun bzw. die nichts damit zu tun haben, ein wenig verständlicher machen. Dabei liegt der Schwerpunkt in *theoretischer* Hinsicht einerseits auf der Beschreibung und Erklärung von Vergemeinschaftungsprozessen unter Individualisierungsbedingungen, andererseits auf der Schärfung des Begriffes 'Szene' – durchaus auch mit Verallgemeinerungsabsichten.

2 Neue Formen der Vergemeinschaftung

Zeitdiagnostisch gesehen gehen wir dabei – im Anschluss vor allem an Peter Berger und Thomas Luckmann, an Hans-Georg Soeffner, an Peter Gross und an Ulrich Beck – davon aus, dass die mannigfaltigen Pluralisierungs- und Individualisierungsprozesse die wir alle – teils sehr intensiv, teils eher beiläufig – erfahren, augenscheinlich zu nachhaltigen Umstrukturierungen der Lebensorientierung in Gesellschaften wie der unseren führen. Das hat nicht zum wenigsten damit zu tun, dass die Vergemeinschaftungsangebote herkömmlicher 'Agenturen' der primären und sekundären Sozialisationen dem – insbesondere bei Jugendlichen – steigenden Bedarf nach sozialer Geborgenheit immer weniger gerecht werden. Infolgedessen entwickeln, verstetigen und vermehren sich neue bzw. *neuartige*

Vergemeinschaftungsformen, deren wesentlichstes Kennzeichen darin besteht, dass sie auf der Verführung prinzipiell hochgradig individualitätsbedachter Einzelner zur habituellen, intellektuellen, affektuellen und vor allem zur ästhetischen Gesinnungsgenossenschaft basieren.

Solche neuartigen Vergemeinschaftungsformen gehen typischerweise *nicht* mit den herkömmlichen Verbindlichkeitsansprüchen einher, welche üblicherweise aus (wie auch immer gearteten) Traditionen oder auf ähnliche soziale Lagen resultieren. Ein weiteres wichtiges Unterscheidungsmerkmal dieses neuen Typs von Gemeinschaften gegenüber überkommenen und 'eingelebten' Formen ist augenscheinlich das der Regelung des Eintritts und des Austritts: In die Traditionsgemeinschaft muss man typischerweise entweder hineingeboren sein, oder man muss zumindest mit einem 'existentiell entscheidenden' Schritt in sie eintreten. In die neuartigen Gemeinschaften tritt man hingegen typischerweise freiwillig ein, absichtlich aber ohne viel Aufhebens. Und ebenso einfach, problem- und folgenlos tritt man auch wieder aus ihr aus. Solche, von uns als 'posttraditional' bezeichnete Gemeinschaften können Mitgliedschaft also nicht erzwingen. Sie können lediglich zur Mitgliedschaft *verführen*.

Bestimmte Varianten solch gemeinschafts- bzw. gesinnungsgenossenschaftlicher Sonderwelten, wie sie insbesondere seit den achtziger Jahren des vergangenen Jahrhunderts gedeihen, werden nun eben als '(Jugend-)Szenen' bezeichnet. Der Begriff 'Szenen' taucht im Zuge der Entwicklung der Jugendforschung vom Subkulturansatz zum Konzept pluralistischer Jugendkulturen seit Mitte der 1990er Jahre fast beiläufig, allerdings immer häufiger, an prominenten Stellen der einschlägigen Literatur auf. Zurückzuführen sein dürfte der 'Import' dieses Begriffes aus der Alltagssprache in die Jugendsoziologie vor allem auf Dieter Baacke, der schon frühzeitig (1987a, 1987b) von 'Szenen' gesprochen hat. Allerdings verschwimmen bei Baacke, ebenso wie später bei Wilfried Ferchhoff (1999, 2007) die Konturen (wieder) hin zum Begriff der 'Jugendkulturen'. Dementsprechend ist 'Szene' lange Zeit einer jener sozialwissenschaftlichen Begriffe geblieben, die zwar häufig – vor allem in der Jugendkulturforschung¹ – benutzt, aber nur selten definiert und theoretisch begründet wurden. Spuren theoretischer Auseinandersetzung mit dem Szenebegriff konnten wir zu Beginn unserer eigenen Arbeit allenfalls bei John Irwin (1973, 1977) und vor allem bei Ralf Vollbrecht (1995) finden, der immerhin darauf hingewiesen hat,

¹ Seit Mitte der 1990er Jahre wird der Begriff 'Szene' aber z. B. auch im Marketing zunehmend in Anschlag gebracht. In der Regel wird dort davon ausgegangen, dass „Szenen Glaubensprozesse sind. In ihnen treffen sich Menschen, die ähnlich denken, ähnlich glauben, ähnlich handeln – und deshalb ähnliche Marken bevorzugen“ (Goldammer 1996, 69), weswegen Marketingmaßnahmen, so sie denn erfolgreich sein sollen, auf Szenen statt auf Zielgruppen fokussiert sein müssen (vgl. dazu auch Gerken/Merks 1996, Prykop 2005).

dass sich Jugendkulturen mit der Ablösung von Herkunftsmilieus zu Szenen wandeln. Im Rekurs auf Baacke hebt auch er Szenen als den Ort hervor, an dem sich Kulturen alltagsweltlich erfahren lassen und an dem Zugehörigkeiten inszeniert werden können.

3 Der Gegenstand: Was kennzeichnet Szenen?

Der Begriff 'Szene' verweist auf ein Gesellungsgebilde,

- das *nicht* aus vorgängigen gemeinsamen Lebenslagen oder Standesinteressen der daran Teilhabenden heraus entsteht,
- das einen signifikant *geringen* Verbindlichkeitsgrad und Verpflichtungscharakter aufweist,
- das *nicht* prinzipiell selektiv (= aussondernd) und exkludierend (= ausschließend) strukturiert und auch nicht auf exklusive (= ausschließliche) Teilhabe hin angelegt ist,
- das aber gleichwohl als thematisch fokussierter vergemeinschaftender und symbolisch markierter Erlebnis- und Selbststilisierungsraum fungiert.

Wesentlich für die Bestimmung von 'Szene' ist darüber hinaus, dass es ein Gesellungsgebilde von Akteuren ist, welche sich *selber* als zugehörig zu dieser (oder dieser *und* anderen Szenen begreifen). Durch dieses Zugehörigkeitsbewusstsein der Szenegänger unterscheidet sich das Phänomen 'Szene' wesentlich von dem der so genannten Lebensstilformationen, denn Lebensstile, so wie sie in der einschlägigen neueren Forschung verwendet werden, sind externe *Ungleichheitsmodelle*, die – *anhand von durch die Forscher als relevant gesetzten Indikatoren* – der Segmentierung und Aggregation von Personentypen dienen (vgl. Müller-Schneider 1996, 2008). Allerdings sind typischerweise auch in einer Szenen musikalische Präferenzen, modische Vorlieben, Sportinteressen, Spaß an den so genannten 'Neuen Medien' oder – u. E. wieder zunehmend – auch moralpolitische Anliegen wichtig, die in der Lebensstilforschung als relevante Indikatoren zur Aggregation von *Jugendlichen* gelten.

Eine 'Szene' nennen wir eine amorphe Form von lockerer Gemeinschaft unbestimmt vieler Beteiligter. Sie ist eine Gemeinschaft, in die man nicht hineingeboren oder hineinsozialisiert wird, sondern die man sich aufgrund irgendwelcher Interessen selber *aussucht* und in der man sich eine Zeit lang mehr oder weniger 'zu Hause' fühlt. Eine Szene weist typischerweise lokale Einfärbungen und Besonderheiten auf, ist jedoch *nicht* lokal begrenzt, sondern, zumindest im Prinzip, ein weltumspannendes, globales – und ohne intensive *Internet-Nutzung* der daran Beteiligten zwischenzeitlich auch kaum noch überhaupt vorstellbares

– Gesellungsgebilde. Natürlich gibt es in einer bzw. für eine Szene keine förmlichen Mitgliedschaften. Weil Szenen, anders als formalisierte Organisationen, also keine Türen haben, weder hinein noch hinaus – auch nicht in einem metaphorischen Sinne –, bewegt man sich in einer Szene vielmehr eher wie in einer Wolke oder in einer Nebelbank: Man weiß oft nicht, ob man tatsächlich drin ist, ob man am Rande mitläuft oder ob man schon nahe am Zentrum steht. Gleichwohl realisiert man irgendwann 'irgendwie', dass man 'irgendwie' dazugehört. Und da die Ränder der Szene ohnehin verschwimmen, hat man in der Regel einen problemlosen Zugang zu ihr und kann sie ebenso problemlos auch wieder verlassen.

Gegenüber anderen, sozusagen 'anrainenden' Gesellungsgebilden zeichnen sich Szenen generell also vor allem durch fehlende oder zumindest sehr 'niedrige' Ein- und Austrittsschwellen und durch symptomatisch 'schwache' Sanktionspotentiale aus: Von Subkulturen z.B. unterscheiden sich Szenen wesentlich durch ihre Diffusität im Hinblick auf Inklusion und Exklusion; denn als 'Subkulturen' werden relativ 'geschlossene' Interaktionskontexte von Personen mit bestimmten, relativ exklusiven 'Qualitäten' bezeichnet, in denen mittels spezifischer Praktiken eine von der gesellschaftlichen Gesamtkultur *abweichende*, gemeinsame *Weltsicht* und kollektive *Identität* erzeugt und gesichert wird. Von Milieus unterscheiden sich Szenen wesentlich durch ihren geringen Bezug auf vorgängige biographische Umstände; denn als 'Milieus' werden kohäsive (= durch starken Zusammenhalt geprägte) Gesellungsformen bezeichnet, die aus kollektiv auferlegten *Lebenslagen* entstehen, für die also vorgängige biographische *Umstände* konstitutiv sind, und aus denen sich gemeinsame *Lebensstile* herausbilden können. Von Cliques, mit denen relativ informelle Zusammenschlüsse von zumeist lokalen Freundeskreisen mit ausgeprägt hoher wechselseitiger Akzeptanz gemeint sind, unterscheiden sich Szenen schließlich wesentlich durch deutlich geringere Altershomogenität, durch geringere Interaktionsdichte und durch Translokaltät (siehe dazu auch Müller-Schneider 1996, 2008; Schneider 2003).

In Szenen suchen vorzugsweise juvenile Menschen das, was sie in der Nachbarschaft, im Betrieb, in der Gemeinde, in Kirchen, Verbänden oder Vereinen immer seltener und was sie auch in ihren Familien und Verwandtschaften, und immer öfter noch nicht einmal mehr in ihren Intim-Partnern finden: Verbündete für *ihre* Interessen, Kumpane für *ihre* Neigungen, Partner *ihrer* Projekte, Komplementäre *ihrer* Leidenschaften, Freunde *ihrer* Gesinnung. Die Chancen, in Szenen Gleichgesinnte zu finden, sind signifikant hoch, denn zum einen wählen sich die Szenegänger *ihre* Szene bzw. Szenen entsprechend *ihren* Wichtigkeiten aus, zum anderen sind Szenen, wie bereits erwähnt, thematisch fokussiert. Jede Szene hat ihr 'Thema', auf das hin die Aktivitäten der Szenegänger

ausgerichtet sind. Dieses Thema kann eben z. B. ein Musikstil sein, eine ästhetische Neigung, eine Sportart, ein moralisches Anliegen, eine technische Faszination, selten auch eine explizit politische Idee; dieses Thema können spezielle Konsumgegenstände oder es kann auch ein ganzes Konsum-Stil-Paket sein, gepaart in der Regel mit einer mehr oder minder *diffusen* Weltanschauung. Szenen können dementsprechend als 'Gefäße' heterogener individueller Sinn-Suche fungieren, in denen jeder seine eigenen Ideen, Phantasien und Spiritualismen pflegen kann: sei es die konspirative Faschismus-Gewissheit des Antifa-Aktivisten, sei es die 'dämonische Wut' des Black Metal-Verschworenen, sei es die ästhetische Verzückung des Comic-Liebhabers, sei es die rauschhafte 'Seligkeit' des Heroin-Users, sei es das 'kosmische Leiden' des Gothics, sei es das 'triumphierende Gefühl' des Sprayers, sei es die 'political correctness' des Hardcore-Protagonisten, sei es die Provokationslust des Hip-Hoppers, sei es die Sieger-Attitüde des LAN-Spielers, sei es das Rebellen-Pathos des Punks, sei es die 'Machtfantasie' des Rollenspielers, sei es der 'göttliche' Trick des Skaters, sei es die Selbstüberwindung des Sportkletterers, sei es die Tanz-Ekstase des Liebhabers elektronischer Musik, oder sei es irgendetwas anderes, was juvenile Menschen so bewegt. Und Szenegänger teilen nun eben das Interesse am jeweiligen Szene-Thema. Sie teilen im weiteren auch typische Einstellungen und entsprechende Verhaltensweisen und Umgangsformen.

Eine Szene lässt sich somit auch definieren als ein thematisch fokussiertes Netzwerk von Personen, die bestimmte materiale und mentale Formen der kollektiven Selbst-Stilisierung teilen, die um diese Teilhabe wissen, und die diese Gemeinsamkeiten an typischen Orten und zu typischen Zeiten interaktiv stabilisieren, modifizieren oder transformieren. Dabei beobachten wir übrigens – auch wenn Szenen grundsätzlich nach dem Prinzip 'Verführung statt Verpflichtung' funktionieren – seit der Jahrtausend-Wende ein zunehmendes Interesse bei immer mehr Jugendlichen an stärker charismatisch-autoritativer und vor allem an *moralisch* (wieder) aufgeladeneren Vergemeinschaftung. Allerdings reicht dieses Interesse anscheinend nur so weit und dauert nur so lange an, wie eine bestimmte Moral zu leben nicht auferlegt erscheint, sondern motiviert ist dadurch, eben ein 'guter Mensch' sein zu wollen. 'Irgendwie' moralisch zu sein, gilt derzeit als 'cool', cooler jedenfalls als die derzeit etwas angestaubt wirkenden Hedonismen der 1990er Jahre. Vereinfacht gesagt transformiert sich dergestalt das Prinzip 'Verführung statt Verpflichtung' gegenwärtig allmählich in das Bedürfnis 'Vorbilder statt Vorschriften'.

Wenn wir also – schon seit einigen Jahren – einen Trend zur 'Moralität' konstatieren, dann ist damit ein (beliebiges) Bekenntnis gemeint zu (irgend)einer, worauf auch immer basierenden und woraus auch immer resultierenden Auffassung darüber, wie man warum zu leben, was man worauf hin zu

tun und zu lassen habe, und was überhaupt richtig und falsch, gut und böse sei. Moralität hat zuzeiten erhöhten Orientierungsbedarfs, sozusagen prinzipiell 'Konjunktur'. Moralische Positionen, welcher Art auch immer, ziehen, wenn sie und in dem Maße wie sie nicht nur artikuliert, sondern auch von irgendjemandem verkörpert, wenn sie also personifiziert werden, Aufmerksamkeit auf sich und finden neue Anhänger ebenso wie neue Gegner, die sich durch den Bezug aufeinander nicht nur gegenseitig, sondern auch für Dritte 'wichtig' machen. (Wenn diese Personifizierung in Gestalt von Benedikt XVI stattfindet, ist die dahinter stehende Moralität anders konnotiert als in der Gestalt von Tom Cruise. Wenn sie als Kopftuchträgerin erscheint, werden andere Empfindungen und Reaktionen provoziert, als wenn sie uns als Glatzkopf mit Hakenkreuztätowierung gegenüber tritt; diese Gegenüberstellungen ließen sich beliebig erweitern.)

Dieser Trend zur 'Moralität' schließt einen persistierenden Hedonismus jedoch keineswegs aus. Ja, es erscheint uns nicht übertrieben, zu sagen, dass Moralität nur so lange attraktiv ist, wie sie nicht auf etwas verpflichtet, was den sich darauf beziehenden bzw. berufenden Menschen nicht 'in den Kram passt'. Und das, was ihnen (bzw. was uns allen) 'in den Kram passt' oder nicht 'in den Kram passt', das kann sich jederzeit ändern, sogar ins Gegenteil verkehren. Dann werden Moralitäten, für die man zuvor noch hochgradig engagiert war, nicht nur schnell lästig, sondern ebenso schnell durch (mitunter ganz) andere ersetzt. Gegenwärtig können Menschen kaum noch auf Moralitäten verpflichtet, sie können eigentlich nur noch dazu verführt werden. Grundlegender scheint uns also auch mit Blick auf Moralismen in Szenen vor allem zu sein, dass dabei das wesentliche Vergemeinschaftungskriterium eben weniger *Gleichaltrigkeit* zu sein scheint, als vielmehr die (relative) *Gleichartigkeit* von Interessen, die in der Regel zeitweilig begrenzt relevant und 'ausgelebt' werden.

4 Methodologie, Methodik und Präsentationsidee

Der sozusagen allgemeinsoziologische 'rote Faden' unserer Szeneforschungen ist unser durchgängiges Interesse daran, die subjektiven Perspektiven bzw. die Lebenswelten zeitgenössischer Akteure zu rekonstruieren, denn „das Festhalten an der subjektiven Perspektive“ bietet, so Alfred Schütz (1977, 65f.), „die einzige, freilich auch hinreichende Garantie dafür, dass die soziale Wirklichkeit nicht durch eine fiktive, nicht existierende Welt ersetzt wird, die irgendein wissenschaftlicher Beobachter konstruiert hat.“ Folglich besteht unser zentrales methodologisches Problem darin, zu klären, inwieweit und wie es (überhaupt) gelingen kann, die Welt mit den Augen anderer zu sehen, ihren je subjektiv gemeinten Sinn ihrer Erfahrungen zu verstehen und *dadurch* ihr Handeln und im

Weiteren die Folgen ihres Handelns im – durchaus nicht nur harmonischen – Zusammenspiel mit dem Handeln anderer für wieder andere (ein wenig) nachvollziehbarer zu machen.

Damit aber impliziert die Beobachtung des vielgestaltigen sozio-kulturellen Geschehens, in das die heterogenen Gegenstände unserer speziellen Forschungsaktivitäten je eingebettet sind, programmatisch die Rekonstruktion der Strukturen von 'Lebenswelten im Wandel' – und rekuriert zugleich auf diese. Infolgedessen erachten wir die *Lebensweltanalyse* in der Tradition von Alfred Schütz als unabdingbar für eine Neuformulierung der theoretischen, methodologischen, methodischen und empirischen Problemstellungen einer erfahrungswissenschaftlich verstandenen Allgemeinen Soziologie. Allerdings ist unsere *soziologische* Problemstellung gegenüber der rein phänomenologischen eben entscheidend erweitert: Wir haben vor allem die Lebenswelten *anderer* Akteure zu rekonstruieren. Und diese Aufgabe versuchen wir dadurch zu erfüllen, dass wir das Prinzip der Lebensweltanalyse integrieren in ein methodenplurales, triangulatives *ethnographisches* Forschungskonzept. Unbeschadet dessen besteht die Relevanz der Lebensweltanalyse wesentlich darin, dass sie die erkenntnistheoretische Basis bildet für das, was sozusagen 'klassisch' im Thomas-Theorem formuliert ist: Nicht ein wie auch immer als 'objektiv' hypostasierter Sachverhalt, sondern das *Erleben* des Akteurs und der Akteure ist maßgeblich für dessen und deren Situationsdefinitionen – und für die für ihn und sie daraus folgenden (Handlungs-)Konsequenzen. Mithin geht es uns bei unserer soziologischen Arbeit, verallgemeinernd gesprochen, wesentlich darum, zu verstehen, wie Bedeutungen entstehen und fortbestehen, wann und warum sie 'objektiv' genannt werden können, und wie sich Menschen die gesellschaftlich 'objektivierte' Bedeutungen wiederum *deutend* aneignen, daraus ihre je 'subjektiven' Sinnhaftigkeiten herausbrechen und dadurch wiederum an der sozialen Konstruktion der Wirklichkeit mitwirken.

Prinzipiell geht es uns darum, *weg* zu kommen vom pseudoobjektivistischen Über-Blick der konventionellen Sozialwissenschaften, der gleichsam *über* die Köpfe der Akteure hinweg geht, und stattdessen *hin* zu kommen zu einem Durchblick, sozusagen *durch* die 'Augen' der Akteure hindurch. Vorzugsweise interessieren wir uns also für *die* Perspektive, aus der die Menschen, die jeweils Gegenstand der Untersuchung sind, die für sie relevanten Ausschnitte aus der sozialen Welt wahrnehmen. Dazu verwenden wir eine Reihe von Verfahren aus dem methodischen Arsenal der empirischen Sozialforschung (von der Dokumentenanalyse über Interviews einschließlich standardisierter Befragungen bis hin zu systematischen Beobachtungen).

Das für uns sozusagen 'basale' Verfahren ist das der beobachtenden *Teilnahme*. Beobachtende Teilnahme bedeutet, dass wir in das soziale 'Feld', das wir je gerade untersuchen, möglichst intensiv hineingehen und – bis hinein in sprachliche

und habituelle Gewohnheiten – versuchen, den Menschen, die wir untersuchen, möglichst ähnlich zu werden. Das gelingt natürlich – aus vielerlei Gründen – nicht immer und schon gar nicht immer gleich gut. In dem Maße aber, *wie* es gelingt, erlangen wir eine Art und Qualität von Daten, wie wir sie mit anderen Forschungsmethoden nur schwerlich bekommen: Daten darüber nämlich, wie man und was man in solchen Welten tatsächlich *erlebt*.

Die zweite Besonderheit unserer Szenen-Ethnographie ist das von uns in einem weit *strengeren* Sinne als sonst üblich verwendete Experteninterview. Das Experteninterview unterscheidet sich unseres Erachtens nämlich nicht einfach dadurch von anderen Interviewarten, dass hier Personen befragt werden, die eben als 'Experten' gelten. Die Besonderheit des Experteninterviews besteht vielmehr darin, dass Forscher und Befragter idealerweise ein Gespräch 'auf gleicher Augenhöhe' führen. Das Experteninterview, so wie wir es einsetzen, ist folglich ein sehr voraussetzungsvolles und damit auch ausgesprochen aufwändiges Instrument zur Datengenerierung, das sich durchaus *nicht* als Instrument zur 'schnellen', die Zeitaufwendungsmühen der Teilnahme sozusagen kompensierenden Datenerhebung eignet, sondern die aus dieser Teilnahme resultierenden Kompetenzen eher voraussetzt.

Vieles, was wir zu einem Untersuchungsthema wissen wollen, lässt sich jedoch *nicht* mit diesen beiden für uns 'zentralen' Verfahren erheben. Deshalb verwenden wir bei unseren Feldstudien grundsätzlich eben das ganze Methoden-Instrumentarium empirischer Sozialforschung. Allerdings hat sich gezeigt, dass sich so genannte nichtstandardisierte Verfahren für unsere *ethnographischen* Erkenntnisinteressen in der Regel besonders gut eignen.

Wichtiger noch als die Frage nach den Verfahren der Datenerhebung ist uns aber, zugleich wissenschaftlichen Standards genügende *und* pragmatisch nützliche Methoden und Techniken der Datenauswertung zu konzeptualisieren. Wir arbeiten hier also immer auch an Grundlagenproblemen einer Optimierung von Aufwand und Ertrag beim Einsatz geeigneter *Interpretationsmethoden*. Vorzugsweise aus der Erfahrung mit solchen Methoden, die sich unter dem Etikett 'Sozialwissenschaftliche Hermeneutik' versammeln lassen, haben wir uns zwischenzeitlich auf eine relativ einfach zu erlernende Grund-Deutungstechnik verständigt, die man als *'quasi-sokratisch'* bezeichnen könnte. Dabei geht es darum, zu explizieren, was der Interpret (*z.B. in einer Textpassage oder an einem anderen Artefakt*) zu sehen meint, und (*gegen den Deutungswiderstand der anderen Interpreten*) zu plausibilisieren, aufgrund welcher (*wiederum explizierbarer*) Kriterien man zu sehen meint, was man zu sehen meint. Dieser Vorgang wird idealerweise so lange wiederholt, bis ein Konsens der beteiligten Interpreten über den Sinngehalt des Gegenstandes der Interpretation erzielt wird.

Diese Grund-Deutungstechnik verknüpfen wir je nach Bedarf mit verschiedenen Codierungsverfahren – nicht nur, aber insbesondere mit dem der so genannten 'Ethnographischen Semantik' – weil wir mannigfaltige, je feldspezifische Sonder-Semantiken zu 'knacken' haben. Die qua existentiell involvierte Teilnahme gewonnenen Erlebnisdaten lassen sich damit allerdings, wie erwähnt, nur unzulänglich auswerten, weshalb wir hierzu eben im Wesentlichen auf phänomenologische Deskriptionen rekurrieren.

Das, was bei diesen Forschungsarbeiten herauskommt, lässt sich natürlich *sehr technisch, hochgradig kompliziert* und damit in der Regel auch recht eindrucksvoll, um nicht zu sagen: *einschüchternd* präsentieren. Das ist aber gerade *nicht* das, worum es uns bei der Szenen-Ethnographie vor allem geht. Unsere Darstellungsidee ist vielmehr, das, was Menschen tun, für andere Menschen, die das *nicht* tun, ein wenig nachvollziehbarer, verständlicher zu machen bzw. Nichtbeteiligten wenigstens ein paar Einblicke und Eindrücke in ihnen mehr oder weniger *fremde* (kleine) Welten zu vermitteln, welche sich oft in ihrer unmittelbaren existentiellen Nähe auf tun können.

Deshalb haben wir seit Januar 2002 das Internet-Portal www.jugendszenen.com online gestellt. Dieses Portal ist unzweifelhaft die *populärste* Form, in der wir die Ergebnisse unserer wissenschaftlichen Szenenforschung präsentieren. Aber auch wenn sich www.jugendszenen.com nicht *vorzugsweise* an *Sozial- und Kulturwissenschaftler* wendet, so ist das Portal *auch* gedacht als Kommunikationsplattform und Datenpool einschlägig arbeitender Fachkollegen. *Pädagogischen* Fachkräften bietet www.jugendszenen.com eine werturteilsenthaltende Anregung dazu, ihre konkreten Praxiserfahrungen vor einem systematisierenden Hintergrund zu reflektieren. Das Internet-Portal www.jugendszenen.com liefert des Weiteren einiges detaillierte Grundlagenwissen über Risiken und Chancen der Entscheidung zwischen im traditionellen Sinne zielgruppenorientierten und verstärkt bzw. alternierend szenenorientierten *Marketingstrategien*. Besonders wichtig ist uns aber, dass www.jugendszenen.com dem sozusagen notorisch frustrierten Bedürfnis von *Szenegängern* nach einer 'korrekten' – d.h. ihrer Sicht hinlänglich entsprechenden – Darstellung 'ihrer' Szene gegenüber einer (wie auch immer gearteten) Öffentlichkeit angemessen Rechnung trägt. Dementsprechend steht mit www.jugendszenen.com schließlich einer *interessierten Öffentlichkeit* bzw. den diese repräsentierenden Publikumsmedien eine Informationsquelle zur Verfügung, die zugleich von unserem Bemühen geprägt ist, Verzerrungen und Verkürzungen zu vermeiden *und* dennoch leicht verständlich zu bleiben.

Die Startseite von www.jugendszenen.com enthält v. a. Links zu den von uns porträtierten Szenen, deren Zahl sukzessive erhöht wird.² Parallel dazu werden die steckbriefartig aufbereiteten Informationen zu jeder einzelnen Szene immer wieder aktualisiert. Die Seiten zu den *einzelnen* Szenen haben eine Bilderleiste mit 'typischen' Fotos aus der jeweiligen Szene und sind gegliedert in die Domänen Intro, History, Facts, Fokus, Einstellungen, Lifestyle, Symbole, Rituale, Events, Treffpunkte, Medien, Strukturmerkmale und Relations. Dieser Systematik liegt unsere Erkenntnis zugrunde, dass sich szenische Kulturen konkret zwar zum Teil sehr stark voneinander unterscheiden, dass sie aber trotzdem deutliche *strukturelle* Ähnlichkeiten aufweisen.

5 Szenen im sozio-kulturellen Kontext

Handlungspraktisch lassen sich Szenen begreifen als so etwas wie 'Gefäße', in die man die Suche nach der 'eigenen' Lebensidee *füllen* kann, die dieser Suche sozusagen eine Form geben. Sie sind Gesellungsgebilde, welche die Entwicklung und Verstetigung von Welt- und Daseinskonzepten bei individualisierten Akteuren, insbesondere aber bei 'jugendlichen' Menschen, maßgeblich beeinflussen. Wichtig ist, wenn wir von 'Jugendlichen' Menschen sprechen, allerdings, dass wir damit tatsächlich nicht bzw. weit weniger eine bestimmte Altersphase implizieren, sondern eben eine mentale Disposition, eine Einstellung zum Leben und zur Welt: eine Geisteshaltung der prinzipiellen Selbst-Entpflichtung gegenüber etwelchen 'von außen' bzw. von anderen an den Akteur herangetragenen Erwartungen.³

Kindheit, Jugend und Erwachsensein werden üblicherweise als drei aufeinander folgende Phasen des Lebensverlaufs begriffen: Kindheit gilt als die Le-

² Derzeit (Stand: August 2009) haben wir 'Steckbriefe' der folgenden Szenen online gestellt: Antifa, Blackmetal, Cable Street Beat, Comic, Cosplay, Deathmetal, Demoszene, Globalisierungskritiker, Gothic, Graffiti, Hardcore, HipHop, Indie, Junghexen, LAN-Gaming, Paganmetal, Punk, Rollenspieler, Skateboarding, Skinheads, Sportklettern, Techno, Ultras, Veganer und Warez.

³ In den 1950er Jahren war in Deutschland jeder dritte Mensch unter 20 Jahren alt. Heute ist es nur noch jeder fünfte. Und auf absehbare Zeit werden wir hierzulande im Verhältnis zur Zahl der Älteren noch deutlich weniger Heranwachsende haben. Kurz: Statistisch gesehen scheinen die jungen Leute in unserer Gesellschaft zu einer sozialen Marginalie zusammenzuschmelzen. Unbeschadet dessen aber steht 'die Jugend' anhaltend im Fokus öffentlicher Aufmerksamkeit. Unseren Erkundungen zufolge hat das allerdings weniger damit zu tun, dass die uns verbleibenden jungen Menschen dergestalt zu praktisch konkurrenzlosen Trägern aller möglichen politischen und ökonomischen Hoffnungen werden. Es hat vielmehr damit zu tun, dass das Phänomen '*Jugendlichkeit*', wie (keineswegs nur) wir es definieren, mit seinen Konnotationen von Vitalität und Erlebnisorientierung, – auch demografisch – *keineswegs* dahinschwindet, sondern sich, im Gegenteil, in unserer Gegenwart-Gesellschaft rapide ausbreitet.

benzeit weitest gehender Bevormundung zum Schutz vor Selbstgefährdung, Jugend gilt als die Lebensphase, in der die Bevormundungen der Kindheit allmählich entfallen, die eigene Existenz aber noch nicht letzt verantwortlich selber gestaltet und gesichert werden muss, und Erwachsensein gilt im Wesentlichen als der biographische Zustand umfassender Selbstverantwortlichkeit und moralisch geforderter Fremdsorge. Aber das Phänomen 'Jugendlichkeit' passt nun eben nicht in dieses Schema. Für Menschen *jeden* Alters mit der Geisteshaltung 'Jugendlichkeit', erscheint es – jedenfalls vom Standpunkt des Erwachsenseins aus – als symptomatisch, dass sie all das, was dem Selbst- und Weltverständnis von Erwachsenen zufolge getan werden *muss*, eben nur dann und solange tun, wie sie es tun *wollen*. Famoserweise erfasst diese Geisteshaltung nun immer mehr Lebensbereiche von immer mehr Menschen. Dementsprechend wird Jugendlichkeit in diesem Verstande also keineswegs mehr nur für Heranwachsende, Postadoleszente und Dauerpubertierende, sondern längst auch für die Absatz-Ziel-Gruppen der '50 plus'-Best Agers propagiert, die ja nun bekanntlich auf keinen Fall als 'Senioren', ja noch nicht einmal mehr als 'junge Alte' bezeichnet werden wollen.

Das neue 'Zauberwort' in der für das Wehen des Zeitgeistes bekanntlich sensiblen Konsumforschung heißt deshalb auch 'universal design', bei dem so genannte altersgerechte Produkte eben in eine für *alle* potentiellen Verbraucher ansprechende Form gebracht werden. Heraus kommt dabei – unter den Vorzeichen von Funktionalität, Einfachheit und Sicherheit – dann immer öfter eine relative 'Knuffigkeit' der Gestalt und Oberfläche der Artefakte, die nicht mehr nur 'Juvenilität', sondern eher schon 'Infantilität' anspricht. Diesem zusehends zur Normalform werdenden 'universal design' gegenüber wirkt die Ästhetik von und in (vielen) Szenen nicht selten nachgerade 'erwachsen'.

Allerdings sind die Ästhetiken auch von Jugendkulturen – wie das Fernsehprogramm, das Warenangebot, die Sinnoptionen, die Freizeitgestaltungsmöglichkeiten, wie überhaupt nahezu alles, was in unserer Kultur so bereitgestellt wird bzw. ist – heute viel zerfaserter, viel heterogener als früher. Denn in unserer Gegenwartsgesellschaft gibt es weit eher zu viel von zu Vielem, als zu wenig. Wenn uns etwas fehlt, dann sind das hinlänglich verlässliche Orientierungsmarken für und Wegweiser durch das Leben: Verloren gegangen ist die (relative) Alternativlosigkeit bzw. genauer ausgedrückt: die (nur scheinbar paradoxe) *Chance*, zwischen sehr wenigen Alternativen sehr klar entscheiden zu *müssen* (Swing oder Bebop, Jazz oder Rock, Hipster oder Square, Motorrad oder Motorroller usw.). Wir leben, mit Peter Gross (1994) gesprochen, in einer 'Multioptionsgesellschaft' und schwimmen alle, so Tom Holert und Mark Terkessidis (1996), mit in einem 'Mainstream der Minderheiten'. Und in einem solchen Multioptionen-Setting ist natürlich das Internet ein auch – und womög-

lich gerade – in seiner Bedeutung für Jugendkulturen kaum zu überschätzendes Medium. Dabei wird das Internet nicht nur, wenn allerdings auch vor allem, als Kommunikationsweg genutzt. Szenegänger nutzen Newsgroups, Foren und Chats für den Informationstausch untereinander und vertiefen die jeweilige Auseinandersetzung mit 'ihrer' Kultur. Das Internet löst dabei jedoch keineswegs traditionelle Szenemedien ab, sondern erweitert lediglich die Diskursfläche, die dem öffentlichen Austausch unter Szenegängern bisher üblicherweise zur Verfügung gestanden hat. Neben seiner kommunikativen Nutzung bietet das Internet Szenen auch eine alternative Präsentationsplattform außerhalb der traditionellen Medienwelt (vgl. Kahn/Kellner 2003), mit Hilfe derer sie beispielsweise Eventankündigungen, ihre Ideologien und Konsum-Produkte relativ kostengünstig verbreiten können, während sie zur gleichen Zeit auch auf (negative) Berichterstattungen über 'ihre' jeweilige Szene reagieren und dementsprechend ihren eigenen Standpunkt einem relativ großen Publikum präsentieren können (vgl. Wilson 2006, 303). Dies wird sowohl von 'einfachen' Szenegängern, als auch vom Szenekern bzw. von in der Szene etablierten Organisationen (z. B. Clubs, Labels) wahrgenommen.

Insbesondere durch Web 2.0-Anwendungen wird das Internet zunehmend auch als Selbstdarstellungs-Plattform genutzt. 'Nachwuchskünstler' können via MySpace eigene Songs ins 'Netz' stellen, 'Sprayer' und 'Cosplayer' stellen Bilder von sich bzw. von ihren Kunstwerken auf Fotoportalen wie Flickr ein, 'Skater' nutzen YouTube, um ihre neuesten 'Tricks' zu präsentieren. Andere Internetnutzer haben dabei die Möglichkeit, die eingestellten Bilder, Videos und Songs zu kommentieren und sich (nicht nur) mit den Einstellern darüber auszutauschen.

Schließlich dient das Internet Szenegängern auch als weltweiter Verbreitungsweg aktueller Trends. Bestes Beispiel dafür dürfte 'Visual Kei' sein, eine originär japanische Szene, deren Stil prägender Faktor nahezu ausschließlich die ästhetische Erscheinung ist. Über das Internet wurde 'Visual Kei' mittels der Einstellung von J-Rock/-Pop-Audiodateien und Bildern 'typischer Kostümierungen' durch Szenegänger von Japan nach Europa exportiert. Solche und andere Beispiele zeigen, dass das Internet signifikant zur globalen Verbreitung von Szenen und damit auch zur Vergrößerung der Szenen-Landschaft beiträgt.⁴

⁴ Am Lehrstuhl für Allgemeine Soziologie der Technischen Universität Dortmund ist derzeit insbesondere Annika Leichner im Rahmen ihres Dissertationsprojektes mit diesem Thema befasst (siehe dazu auch Projektgruppe 'Jugendscenen im Internet' 2009).

Literatur

- Baacke, D. (1987a): Punk und Pop. Die siebziger und achtziger Jahre. In: Ders. (Hrsg.): Handbuch Jugend und Musik. Opladen: Leske + Budrich, 253-274.
- Baacke, D. (1987b): Die Welt der Musik und die Jugend. Eine Einleitung. In: Ders. (Hrsg.): Handbuch Jugend und Musik. Opladen: Leske + Budrich, 9-26.
- Ferchhoff, W. (1999): Jugend an der Wende vom 20. zum 21. Jahrhundert. Opladen: Leske + Budrich.
- Ferchhoff, W. (2007): Jugend und Jugendkulturen im 21. Jahrhundert. Lebensformen und Lebensstile. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Gerken, G./Merks, M. J. (Hrsg.): Szenen statt Zielgruppen: Vom Produkt zum Kult. Frankfurt am Main: Deutscher Fachverlag.
- Goldammer, P. (1996): Die Angst der Marken vor den Szenen. In: Gerken, G./Merks, M. J. (Hrsg.): Szenen statt Zielgruppen: Vom Produkt zum Kult. Frankfurt am Main: Deutscher Fachverlag, 65-74.
- Gross, P. (1994): Die Multioptionsgesellschaft. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Holert, T./Terkessidis, M. (Hrsg.) (1996): *Mainstream der Minderheiten: Pop in der Kontrollgesellschaft*. Berlin: ID-Archiv.
- Irwin, J. (1973): Surfing. The natural history of an urban scene. *Urban Life and Culture* 2, 131-160.
- Irwin, J. (1977): *Scenes*. Beverly Hills und London: Sage.
- Kahn, R./Keller, D. (2003): Internet Subcultures and Oppositional Politics. In: Muggleton, D./Weinzierl, R. (Hrsg.): *The Post-subcultures Reader*. Oxford und New York: Berg, 299-313.
- Müller-Schneider, T. (1996): Wandel der Milieulandschaft in Deutschland. Von den hierarchisierenden zu subjektorientierten Wahrnehmungsmustern. *Zeitschrift für Soziologie* 25, 190-206.
- Müller-Schneider, T. (2008): Lebensstile, Milieus und Szenen. In: Willems, H. (Hrsg.): *Lehr(er)buch Soziologie. Für die pädagogischen und soziologischen Studiengänge*. Band 1. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 307-329.
- Projektgruppe 'Jugend Szenen im Internet' (2009): *Virtuelle Vergemeinschaftung Jugendlicher. Ein Literaturbericht zur Szenenforschung. Diskurs Kindheits- und Jugendforschung (im Erscheinen)*.
- Prykop, C. (2005): *Szenemarketing: Zur Steigerung des Markenwerts*. Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag.
- Schneider, W. (2003): Diskurse zum 'Wandel von Jugend' in Deutschland. Konzepte, Leitbegriffe und Veränderungen in der Jugendphase. *Diskurs: Studien zu Kindheit, Jugend, Familie und Gesellschaft*, Heft 3, 54-61.
- Schütz, A. (1977): Parsons' Theorie sozialen Handelns. In: Schlütz, A./Parsons, T.: *Zur Theorie sozialen Handelns. Ein Briefwechsel*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 25-76.
- Vollbrecht, R. (1995): Die Bedeutung von Stil. Jugendkulturen und Jugend Szenen im Licht der neuesten Lebensstildiskussion. In: Ferchhoff, W./Sander, U./Vollbrecht, R. (Hrsg.): *Jugendkulturen – Faszination und Ambivalenz*. Weinheim und München: Juventa, 23-37.
- Williams, J. P. (2006): Authentic Identities, Straightedge Subculture, Music, and the Internet. *Journal of Contemporary Ethnography* 2, 173-200.
- Wilson, B. (2006): Ethnography, the Internet, and Youth Culture: Strategies for Examining Social Resistance and 'Online- Offline' Relationships. *Canadian Journal of Education* 1, 307-328.