



Gender, Popkultur und Generationalität in West- und Osteuropa nach 1945

Herausgegeben von Lu Seegers

Wallstein

Hot Stuff

GÖTTINGER STUDIEN ZUR GENERATIONSFORSCHUNG

Veröffentlichungen des DFG-Graduiertenkollegs
»Generationengeschichte«

Band 19

Herausgegeben von
Dirk Schumann



Hot Stuff

Gender, Popkultur und Generationalität
in West- und Osteuropa nach 1945

Herausgegeben von
Lu Seegers



WALLSTEIN VERLAG

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

© Wallstein Verlag, Göttingen 2015

www.wallstein-verlag.de

Vom Verlag gesetzt aus der Frutiger und der Adobe Garamond

Umschlaggestaltung: Susanne Gerhards, SG Image, unter Verwendung einer Abbildung aus dem Bestand der fotolia Bildagentur. © fotolia – tomtitom

Lithografie: SchwabScantechnik, Göttingen

Druck und Verarbeitung: Hubert & Co, Göttingen

ISBN (Print) 978-3-8353-1743-7

ISBN (E-Book, pdf) 978-3-8353-2855-6

Inhalt

Lu Seegers

Einleitung 7

1. Generation, Gender und Populärkultur in der Bundesrepublik und der DDR

Uta G. Poiger

Geschlechterspezifik und Generation in Mode und Musik
in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts 39

Anna von der Goltz

Von alten Kämpfern, sexy Wahlgirls und zornigen jungen Frauen
Überlegungen zur Beziehung von Generationalität, Geschlecht
und Populärkultur im gemäßigt-rechten Lager um 1968 57

Rebecca Menzel

»Ich sehe was, was du nicht siehst und das ist (gar nicht so) anders!«
Generationen- versus Systemkonflikt? Popkultur um 1970 und
ihre Deutungen in der Bundesrepublik und in der DDR 80

Christoph Jacke

Stars als Erinnerungsanker und Generationenmarker
Medienöffentliche Figuren als Identifikations- und
Projektionsflächen in inter- und intragenerationellen Diskursen 101

2. Generation, Gender und Populärkultur in Südosteuropa und der Sowjetunion in den 1960er und 1970er Jahren

Sándor Horváth

Anna and the Gang – Imagined America and the »Fascist Youth«:
Politicizing Generational Conflicts in Communist Budapest 121

Nathalie Keigel

Zwischen Konvention und Beat: Jugendliche im sozialistischen
Jugoslawien zwischen neuer Körpererfahrung und alter Moral 141

Anna Tikhomirova

Upcycling auf spätsowjetisch?

Umgenähte Kleidung als generationsübergreifendes weibliches

Überlebens- und Distinktionsmittel in der Brezhnev-Ära 162

3. Generation, Gender und Populärkultur in Westeuropa

Julia Benner

Die Queen of Punk im Wunderland

Text-Gewebe im Werk Vivienne Westwoods 187

Vânia Morais

Gender, Genre und Generation

Überlegungen zur queeren Melodramatik

in Pedro Almodóvars »Tacones lejanos« 206

Über die Autorinnen und Autoren 221

Lu Seegers

Einleitung

In seinem 2008 erschienenen Buch »Als wir jung und schön waren« spricht der Journalist Matthias Matussek eine altersgruppenbezogene Erfahrung an, die jenseits des politischen Protestes der sogenannten »68er« liegt:

»Die genuine Versammlungsform jener Zeit ist nicht die Demonstration, sondern das Konzert, das Festival. Es dauert noch zwei Jahre, bis ich gegen die NPD auf die Straße gehe. Aber die Stones sehe ich jetzt schon, und was sind schon diese paar aufgeregten Leute im Audimax der FU im Vergleich mit den Tausenden, die gegen die Bühne anrennen, wenn Mick Jagger »Jumpin Jack Flash« ist. Ich hatte ein Mädchen auf den Schultern und ich kämpfte bis zur totalen Erschöpfung, denn neben all dem Pop-Scheiß um den sanften Mann und die Hermaphroditen des Pop – Jim Morrison, Mick Jagger, Marc Bolan, David Bowie – war es einfach wichtig, einer Frau klarzumachen, dass man sie tragen konnte.«¹

Auch wenn Matussek hier von Jugendlichen und Studierenden ausgeht, die gehobenen sozialen Schichten angehören, dient ihm das Festival doch als Ausgangspunkt einer generationellen Erzählung, die sich auf vermeintlich ähnliche Erfahrungen und Verhaltensstile stützt – nach dem Motto: Alle sind ansprechbar, alle sind jung, alle kiffen.² Darüber hinaus wird die identifikatorische Bedeutung der Popmusik deutlich, die hier ein Primat vor der Politik hat. Schließlich spricht Matussek die körper- und geschlechtsbezogene Dimension von Popmusik als ein Kernelement der Populärkultur an, und zwar in Form einer generationellen Erzählung.³ Der Autor und seine gleichaltrigen Bekannten, für die er zu sprechen scheint, identifizieren sich mit den Popstars als leitbild-

1 Matthias Matussek, *Als wir jung und schön waren*, Frankfurt a. M. 2008, S. 63f.

2 Ebd., S. 63.

3 Unter Populärkultur werden hier kulturelle Erzeugnisse und Alltagspraktiken jenseits der Hochkultur verstanden, die seit dem 20. Jahrhundert im Zuge der Entstehung moderner Konsumgesellschaften als sogenannte Massenkultur Verbreitung fanden. Beispiele dafür sind Sport, Kino, Massenmedien wie Illustrierte und Trivilliteratur sowie die Popmusik. Populärkultur wird hier mit Kaspar Maase als zentraler Bereich alltäglicher Erfahrung angesehen, der mitnichten nur als trivialer Zeitvertreib beschrieben werden kann, sondern zugleich auf die Ästhetisierung und Verbesserung des eigenen Lebens zielt. Dazu Kaspar Maase, *Einleitung: Zur ästhetischen Erfahrung der Gegenwart*, in: ders. (Hg.), *Die Schönheiten des Populären. Ästhetische Erfahrung der Gegenwart*, Frankfurt a. M., New York 2008, S. 9-26. Siehe auch Kaspar Maase, *Grenzenloses Vergnügen. Der Aufstieg der Massenkultur 1850-1970*, Frankfurt a. M. 1997, S. 21f.

gebend, zugleich grenzen sie sich von ihnen durch ein eher bodenständiges und betont männliches Körperbild ab. Wichtig ist, dass die generationelle Verortung erst durch den Kontakt mit bzw. in der Selbstdarstellung gegenüber den anwesenden Mädchen und jungen Frauen entsteht.

Die bislang in der historischen Forschung verbreitete Blindheit von generationellen Konstruktionen gegenüber der Kategorie Geschlecht einerseits und der Populärkultur andererseits möchte dieser Band überwinden, der auf den Workshop »Gender meets Generation and Pop in Europe« an der Georg-August-Universität Göttingen im Juli 2013 zurückgeht. Anhand ausgewählter Beispiele sollen Aspekte von Populärkultur in Deutschland sowie in West- und Osteuropa von den 1950er bis zu den 1980er Jahren untersucht werden, die bislang unter dem Blickwinkel geschlechtsspezifischer Generationenerfahrungen und -zuschreibungen von der Forschung noch nicht oder nur am Rande beachtet worden sind.

Im Gegensatz zu der bei Matussek beschriebenen geradezu performativen, auf Pop bezogenen altersspezifischen Erfahrung, die zudem von dem »Sehepunkt« Geschlecht ausgeht, sind mit der »Kriegsjugendgeneration«, den »45ern«, den »68ern«, oder den »89ern« bislang vor allem die sogenannten politischen Generationen in der Historiografie zur deutschen Zeitgeschichte prägnant skizziert worden.⁴ Konstituiert wurden sie – nach dem klassischen Konzept von Karl Mannheim – durch das Erleben einer tiefgehenden Umbruchserfahrung bestimmter Alterskohorten in ihrer formativen Lebensphase.⁵ Als wichtigste Bezugsereignisse gelten die beiden Weltkriege, auch dem Ende des Kalten Krieges und der Wiedervereinigung in Deutschland wird eine, wenn auch weniger signifikante, generationsprägende Bedeutung zugeschrieben.⁶ Weitere Potenzi-

4 Julia Paulus/Eva-Maria Silies/Kerstin Wolff, Die Bundesrepublik aus geschlechterhistorischer Perspektive, in: dies. (Hg.), *Zeitgeschichte als Streitgeschichte. Neue Perspektiven auf die Bundesrepublik*, Frankfurt a. M., New York 2012, S. 11-27, S. 22. Geschlecht wird hier mit Kirsten Heinsohn als »Sehepunkt« verstanden im Sinne einer Perspektive auf gesellschaftliche Verhältnisse, Deutungsmuster und Distinktionsbildungsprozesse. Jana Hoffmann, Tagungsbericht: »Ich sehe was, was du nicht siehst«. Neue Perspektiven auf die Zeit- und Geschlechtergeschichte, 28.11.2014 Köln, in: *H-Soz-Kult*, 15.06.2015, <http://www.hsozkult.de/conferencereport/id/tagungsberichte-6024>.

5 Karl Mannheim, *Das Problem der Generation (1928)*, in: *Wissenssoziologie. Auswahl aus dem Werk*, eingeleitet und hrsg. von Kurt H. Wolff, Neuwied, Berlin 1970 (2. Aufl.), S. 509-565.

6 So machen beispielsweise Christina von Hodenberg und Dirk Moses die von ihnen konstatierte »Generation der 45er« daran fest, dass ihre (vor allem männlichen) Protagonisten alt genug gewesen seien, um bewusst den Zweiten Weltkrieg sowie Macht und Zerfall des »Dritten Reichs« zu erleben und zugleich noch jung genug waren, um nach 1945 neu zu beginnen. Aus dem Zusammenbruch des Nationalsozialismus zogen sie den Schluss, um die Ideale ihrer Jugend betrogen und von einem verbrecherischen System ausgenutzt worden zu sein. Deshalb hätten sie – seit den späten 1950er Jahren in Führungspositionen

ale für einen prägenden Einfluss auf die Bildung von Generationen, z.B. durch konsumtorische, mediale oder lebensweltliche Erfahrungen wurden demgegenüber häufig ignoriert bzw. banalisiert. So konstatiert etwa Hans-Ulrich Wehler in seiner »Deutschen Gesellschaftsgeschichte«, dass es nach den »68ern« keine »wirklichen« Generationen mehr gegeben habe. Generationelle Selbst- und Fremdzuschreibungen wie »Generation Golf« oder »Generation Nutella« erscheinen aus einer solchen Perspektive umso mehr als allenfalls »literarische Kunstprodukte«. ⁷ Der inflationäre Gebrauch des Generationenbegriffs in den Feuilletons verweist aber sowohl auf dessen lebensweltliche Evidenz als auch auf die Bedeutung von Konsum und Populärkultur als generationelle Deutungs- und Identifikationsangebote. ⁸ Gerade der Begriff der lebensweltlichen Evidenz unterstreicht, dass Generationsreden nicht nur als politische und gesellschaftliche Argumente bedeutsam sind, sondern, wie Benjamin Möckel prononciert, »als Modus einer individuellen Selbstverortung mit einer besonderen emotionalen Kohäsionskraft ausgestattet sind«, die ihrerseits historisiert werden müsse. ⁹

Die bisherige Vernachlässigung von populär- und alltagskulturellen Erfahrungswelten zeitigt vor allem deutliche Folgen für die Analyse geschlechterspezifischer Generationenbildungen. Christina Benninghaus hat darauf verwiesen, dass mit dem politisch-historischen Generationenkonzept de facto nur Männer erfasst wurden und werden, und zwar nur jene, die sich im öffentlich-medialen Raum explizit generationell formieren und vor diesem Hintergrund politische Ansprüche formulieren. ¹⁰ Dies war jüngst auch wieder beim *generation building* der »Generation der Kriegskinder« eindrücklich zu beobachten, das sich auf

auch und gerade im politischen Journalismus vorrückend – die Aufklärung über die Zeit des Nationalsozialismus und die Verwestlichung der Öffentlichkeit vorangetrieben. Dirk Moses, *German Intellectuals and the Nazi Past*, Cambridge 2007, besonders S. 57. Christina von Hodenberg, *Konsens und Krise. Eine Geschichte der westdeutschen Medienöffentlichkeit 1945-1973*, Göttingen 2006, besonders S. 448. Erst die jüngst erschienene Studie von Benjamin Möckel zeigt den Konstruktionscharakter dieser auch schon zeitgenössisch virulenten Generationenzuschreibung auf. Benjamin Möckel, *Erfahrungsbruch und Generationsbehauptung. Die »Kriegsjugendgeneration« in den beiden deutschen Nachkriegsgesellschaften*, Göttingen 2014.

- 7 Hans-Ulrich Wehler, *Bundesrepublik und DDR 1949-1990* (Deutsche Gesellschaftsgeschichte; Bd. 5), München 2008, S. 235.
- 8 Kaspar Maase, *Farbige Bescheidenheit. Anmerkungen zum postheroischen Generationenverständnis*, in: Ulrike Jureit/Michael Wildt (Hg.), *Generationen. Zur Relevanz eines wissenschaftlichen Grundbegriffs*, Hamburg 2005, S. 220-242. S. 222.
- 9 Möckel, *Erfahrungsbruch*, S. 17.
- 10 Christina Benninghaus, *Das Geschlecht der Generation. Zum Zusammenhang von Generationalität und Männlichkeit um 1930*, in: Jureit/Wildt, *Generationen*, S. 127-158, S. 149 f.

den Zweiten Weltkrieg als im Kindesalter erlebtes Ursprungsereignis bezog.¹¹ Hier waren es vor allem westdeutsche, akademisch geprägte Männer, die als Mediziner, Geistes- und Sozialwissenschaftler einen privilegierten Zugang zur Öffentlichkeit besaßen und die Generationalität der »Kriegskinder« mit dazugehöriger generationeller Botschaft konturierten. Frauen gelten in diesem Kontext zwar selbstredend auch als »Kriegskinder«, aber sie hatten nicht die Deutungshoheit in diesem Prozess. Eine explizite Frauengeneration, die sich auf eine gemeinsame historisch-gesellschaftliche Erfahrung bezieht, konnte sich in der öffentlichen Wahrnehmung bislang jedenfalls nicht durchsetzen.¹² Frauen werden häufig unter männlichen Generationenzuschreibungen subsumiert, ohne dass dabei die Spezifik der weiblichen Selbsthistorisierung hinterfragt würde. Die gesellschaftlich organisierte Familienbezogenheit von Frauen und die diskursive Konstruktion der Mutterschaft wurden lange Zeit in der Generationenforschung gleichsam als »natürliche« Phänomene von langer Dauer angesehen, die keine von vorangegangenen Generationen unterscheidbaren Merkmale und damit auch keine spezifischen Generationenerfahrungen und -zuschreibungen zu beinhalten scheinen. Das liegt vor allem daran, dass der Begriff der historischen Generation nach dem klassischen Konzept von Karl Mannheim als dynamisch verstanden wird, während z.B. familiäre Generationenabfolgen nach wie vor vielfach als statisch und zyklisch gelten. Diese Sichtweise prägt zum Teil selbst jene Arbeiten, die sich mit der Bedeutung populärkultureller Angebote für die Ausbildung von Jugendkulturen und -szenen beschäftigen. Auch hier werden Mädchen in erster Linie als Anhängsel von Jungen, als wesentliche Träger neuer Trends betrachtet.

Generell wurde Jugendlichen, die sich über populärkulturelle Attribute im städtischen Raum bzw. in Veranstaltungsöffentlichkeiten definieren, lange Zeit keine generationelle Sinnstiftung zugeschrieben, weil sie sich nicht politisch verorten. Dies galt etwa für die Halbstarke und für die Beat-Jugendlichen im Gegensatz zu den »68ern«.¹³

11 Vgl. die vorgeschlagene Typologie vier unterschiedlicher Kommunikationsmodi von Generationenerzählungen bei Björn Bohnenkamp/Till Manning/Eva-Maria Silies, Argument, Mythos, Auftrag und Konstrukt. Generationelle Erzählungen in interdisziplinäre Perspektive, in: dies. (Hg.), *Generation als Erzählung. Neue Perspektiven auf ein kulturelles Deutungsmuster*, Göttingen 2009, S. 9-29.

12 Julia Paulus/Eva-Maria Silies/Kerstin Wolff, Die Bundesrepublik aus geschlechterhistorischer Perspektive, in: dies. (Hg.), *Zeitgeschichte als Streitgeschichte. Neue Perspektiven auf die Bundesrepublik*, Frankfurt a. M., New York 2012, S. 11-27, S. 24.

13 Anders bei Bodo Mrozek, der »Halbstarke« eine wichtige Rolle als Vorläufer zur politischen Rebellion von »1968« zuschreibt. Bodo Mrozek, *Die verkannte Generation. Vom Bürgerschreck zur bunten Republik Deutschland: Jugendkulturen in der Nachkriegs-*

Ereignis versus Event:

Konsum, Pop und Jugendkulturen als Trigger für Generationalität

Konsum, Pop und Jugendkulturen geraten in den Blick, wenn die Prädominanz politischer Generationenmodelle, die sich auf historische Ausnahmeereignisse wie die beiden Weltkriege beziehen, hinterfragt wird. Das betrifft vor allem den Zusammenhang von Ursprungsereignis und Generationalität. Ulrike Jureit plädiert dafür, den Konnex von historischem Großereignis und generationell begründeten Erfahrungsgemeinschaften aufzulösen.¹⁴ Wenn die Generationenforschung, so Jureit, einzig auf Großereignisse Bezug nehme, bestehe die Gefahr, ganz unterschiedliche Erfahrungszusammenhänge einzuebnen.¹⁵ Auch Eva-Maria Silies kritisiert, dass prägende Erfahrungen jenseits von Kriegs-, Umbruchs- oder Gewaltereignissen in der bisherigen historischen Generationenforschung kaum in den Blick gekommen sind.¹⁶ Ähnlich wie Ulrike Jureit betont sie, Erfahrungsgemeinschaften benötigten kein konkretes Geschehnis, sondern eher gemeinsame Bezüge auf eine Erfahrung, aus der ähnliche Schlüsse und damit Deutungen für generationelle Zuschreibungen gezogen werden können.¹⁷ Ulrike Jureit schlägt vor, nicht von manifesten Generationen auszugehen, sondern Generation als erfahrungsgeschichtliche Kategorie aufzufassen und vor allem die kommunikativen Bedingungen zu untersuchen, unter denen generationelle Selbst- und Fremdverortungen mit jeweils spezifischen Interessen vorgenommen werden. Wichtig ist in diesem Zusammenhang zudem der Begriff der Generationalität, denn er zielt »nicht auf eine (rückblickende oder aktuelle) mehr oder weniger idealtypische Konstruktion von quasi ›objektiv‹ fassbaren Generationenstrukturen ganzer Kohorten, sondern auf eine Annäherung an die subjektive Selbst- oder Fremdverortung von Menschen in ihrer Zeit und deren damit verbundenen Sinnstiftungen – dies mit Blick auf die von ihnen erlebte Geschichte und die Kontexte, die sie umgeben, die sie wahrnehmen und in denen sie ihre Erfahrungen machen.«¹⁸

zeit, in: Martin Sabrow (Hg.), *ZeitRäume*. Potsdamer Almanach des Zentrums für Zeithistorische Forschung 2009, Göttingen 2010, S. 118-130, S. 118 f., 121.

14 Ulrike Jureit, *Generationenforschung*, Göttingen 2006, S. 48.

15 Ebd.

16 Eva-Maria Silies, *Liebe, Lust und Last. Die Pille als weibliche Generationserfahrung in der Bundesrepublik 1960-1980*, Göttingen 2010, S. 20.

17 Eva-Maria Silies, *Die stille Generation mit der Pille. Verhütung als weibliche Generationserfahrung in England und in der Bundesrepublik (1960-1975)*, in: Bernd Weisbrod (Hg.), *Historische Beiträge zur Generationsforschung*, Göttingen 2009, S. 77-116, S. 81 f.

18 Jürgen Reulecke, *Einführung: Lebensgeschichten des 20. Jahrhunderts – im ›Generationscontainer‹*, in: ders. (Hg.), *Generationalität und Lebensgeschichte im 20. Jahrhundert*, München 2003, S. VII-XV, S. VIII.

Zentral ist die Erkenntnis, dass neben historischen Zäsuren lebensweltliche Bezugsgrößen und kulturelle Phänomene für generationelle Verortungen ausschlaggebend sind.¹⁹ Mehr noch: Konsumgewohnheiten oder Medienevents scheinen für Generationenentwürfe entscheidende Differenzenerfahrungen zu markieren.²⁰ In den letzten Jahren sind deshalb im Gegensatz zu den »heroischen« Generationen gelegentlich auch sogenannte »postheroische« Generationen in den Blick gekommen, also altersgruppenspezifische Zuschreibungen, die sich weniger auf politische Ansprüche und Botschaften beziehen, sondern vor allem auf Lebensstil und Konsum bzw. auf die spezifische Mischung von generationeller Selbstverortung, Konsum und Politik abzielen.²¹ Allerdings blieb die Populärkultur ebenso wie bei den Analysen narrativer Ex-post-Konstruktionen in Bezug auf den Generationenbegriff zumeist außen vor.²² Zunehmend setzt sich die Erkenntnis durch, dass Alterskohorten bereits seit Beginn des 20. Jahrhunderts auch durch nichtdisruptive Entwicklungen vor allem im Bereich des Konsums und der Konsumkultur geprägt wurden, z.B. durch neue Körper- und Frauenleitbilder wie etwa die »Neue Frau« in den 1920er Jahren, die global stilbildend wirkten. Dies galt nicht nur für Jugendliche und junge Erwachsene, sondern auch für Kinder, die als eigenständige Konsumentengruppe entdeckt wurden und durch die Produktion von Spielzeug, eigener Kleidung und eigenen Möbeln als Altersgruppe markant abgegrenzt und definiert wurden.²³ Hinzu kam, dass Kinder und Jugendliche gerade in den Städten – bedingt durch die Ausweitung von Massenkultur und Konsum – im Verlauf des 20. Jahrhunderts ein sich stetig veränderndes visuelles und sensuelles Umfeld erlebten.²⁴ Vor diesem Hintergrund werden seit kurzem auch für Deutschland Konsummuster als

19 Jureit, *Generationenforschung*, S. 17.

20 Ebd., S. 97. Jureit verweist dabei z.B. auf das im Jahr 2000 Buch von Florian Illies, *Generation Golf: eine Inspektion*, Berlin 2000 (7. Aufl.).

21 Vgl. Maase, *Bescheidenheit*, S. 241. Till Manning hat Generationen als Stilgenerationen aufgefasst und auf diese Weise das Generationenkonzept als ausschließlich politische Handlungsgemeinschaft gebrochen und für den Bereich kultureller und konsumtiver Praktiken geöffnet. Till Manning, *Die Italiengeneration. Stilbildung durch Massentourismus in den 1950er und 1960er Jahren*, Göttingen 2011.

22 Hagen Stöckmann, *Tagungsbericht: Workshop: »Gender meets Generation and Pop in Europe«*, 18.07.2013-19.07.2013 Göttingen, in: *H-Soz-Kult*, 01.11.2013, <<http://www.hsozkult.de/conferencereport/id/tagungsberichte-5093>>.

23 Gary Cross, *Consumption Patterns as Generational Markers: American Examples and Comparative Possibilities*, in: Hartmut Berghoff/Uffa Jensen/Christina Lubinski/Bernd Weisbrod (Hg.), *History by Generations. Generational Dynamics in Modern History*, Göttingen 2013, S. 68–81, S. 68, 72.

24 Dirk Schumann, *Youth culture, Consumption, and Generational Dispositions in Twentieth Century Germany*, in: Berghoff/Jensen/Lubinski/Weisbrod, *History*, S. 125-145, S. 141–142.

Marker für generationelle Identitäten, Selbst- und Fremdverortungen in einer Langzeitperspektive konturiert.

»It is however a clear advantage of this consumerist model of youthful experience to cut across these great divides in German History and allow for long-term generational formations based on style and habitus which at the same time, puts class and gender in new perspective.«²⁵

Die Vorteile dieser Neuperspektivierung liegen auf der Hand: Nicht nur Frauen und unterschiedliche soziale Milieus geraten stärker in den Blick, auch transnationale Muster generationeller Verhaltens- und Denkstile finden größere Beachtung.²⁶

In Westeuropa und den USA zeigte sich seit den 1950er Jahren deutlich, dass mit der Verbesserung der wirtschaftlichen Verhältnisse auch und gerade Arbeiterjugendliche über eine höhere Kaufkraft verfügten. Hinzu kamen längere Ausbildungszeiten und die Zunahme an Freizeit etwa durch den arbeitsfreien Samstag, der 1958 in der Bundesrepublik Deutschland eingeführt wurde. Eine breit gefächerte Konsumindustrie produzierte Schallplatten, aber auch Mode und Kosmetik für die jungen Verbraucher. Sie nahm Stilelemente verschiedener jugendlicher Szenen auf, reicherte sie an und wirkte somit als »Synchronisator« bei der Entstehung einer neuartigen und in sich differenzierten Jugendkultur, wie Detlef Siegfried betont.²⁷ Die Jugendkulturen setzten sich in den USA und in Westeuropa insbesondere in den 1960er und frühen 1970er Jahren von der Erwachsenenwelt ab, entwickelten große Anziehungskraft und fanden öffentliche Beachtung.²⁸

Konsum als Grundlage und Movens der Populärkultur war nicht nur in den USA und in Westeuropa zentral, er hatte in den Ländern des Ostblocks nach dem Primat der Industrialisierung, den damit verbundenen Unruhen der Jahre 1953 bzw. 1956 und dem darauffolgenden »Tauwetter« eine hohe legitimatorische Funktion.²⁹ In den 1960er Jahren trug der steigende Lebensstandard zur Herausbildung eines Konsenses in den Ostblockstaaten bei, der vor allem auf der Erreichbarkeit von Konsumwaren und Freizeitangeboten beruhte. Während sich die Bürger des Ostblocks ebenso wie im Westen in Konsumpraktiken

25 Berghoff/Jensen/Lubinski/Weisbrod, Introduction, in: dies., *History*, S. 7-12, S. 10.

26 Schumann, *Youth Culture*, S. 127.

27 Detlef Siegfried, *Sound der Revolte. Studien zur Kulturrevolution um 1968*, Weinheim, München 2008, S. 37.

28 Axel Schildt/Detlef Siegfried, Introduction: Youth, Consumption and Politics in the Age of Radical Change, in: dies. (Hg.), *Between Marx and Coca-Cola. Youth Cultures in Changing European Societies, 1960-1980*, New York 2006, S. 1-35, S. 3.

29 Paulina Bren/Mary Neuburger, Introduction, in: dies. (Hg.), *Communism Unwrapped. Consumption in Cold War Eastern Europe*, Oxford 2012, Introduction, S. 3-19, S. 5.

übten und dies z.B. mühelos mit Aktivitäten in den sozialistischen Organisationen verbanden, blieb allerdings die politisch-staatliche Sorge um ein »Zuviel« an individuellen Interessen und ein »Zuwenig« an sozialistischen Normen als potenzielle Folge des Konsums virulent.³⁰ Die Ideologie der Gleichheit und die Vorstellung einer sozialistischen Ästhetik unabhängig vom Westen schienen nicht mehr angemessen zu sein, auch und gerade im Hinblick auf die Populärkultur. Die Aneignung populärkultureller Angebote aus dem westlichen Ausland blieb umstritten und wurde nicht zuletzt im Hinblick auf junge Menschen in den Medien skandalisiert.³¹

Übereinstimmungen zwischen altersspezifischen Ausdrucksformen und Problemwahrnehmungen, die Grenzen einzelner Gesellschaften und Nationen überschreiten, können etwa anhand der Ausprägung der »Halbstarken« in den 1950er Jahren ausgelotet werden, die in den Medien in Großbritannien »Teddyboys«, in Frankreich »Blousons Noirs« und in der Sowjetunion »Stilagi« genannt wurden.³² Jugendkulturen und Konsum, so ein Fazit der aktuellen Forschung, hatten Einfluss auf altersbezogene Wahrnehmungen sowie auf Selbst- und Fremdzuschreibungen generationeller Dispositionen – national wie transnational.³³ Mehr noch: In den Jahrzehnten nach dem Zweiten Weltkrieg waren Popstile bedeutsam, um Geschlechterrollen und schichtspezifische Zuschreibungen aus- und Differenzen neu zu verhandeln. Dies ermöglicht Einblicke in die diskursive Verhandlung von Rollenbildern, die Sozialisation von Jugendlichen und das Spiel mit Images, Stereotypen und Körperpraktiken, wie Uta Poiger jüngst betont hat.³⁴

In diesem Band sollen Aspekte von Populärkultur in Deutschland sowie in West- und Osteuropa untersucht werden, die bislang insbesondere unter dem Blickwinkel geschlechtsspezifischer Generationenerfahrungen und -bildungen von der Forschung noch nicht oder nur am Rande beachtet worden sind. Dabei stellt sich die Frage, wie sich Generationen über Populärkultur konstituieren und welche Bedeutung dabei Konzeptionen von Geschlecht zuzuschreiben ist. Umgekehrt wird danach gefragt, inwieweit verschiedene Generationen ein un-

30 Ebd., S. 6, 12.

31 Vgl. für Ungarn Péter Apor/James Mark, *Mobilising Generation: The Idea of 1968 in Hungary*, in: Anna von der Goltz (Hg.), *'Talkin' 'bout my generation. Conflicts of generation building and Europe's '1968'*, Göttingen 2011, S. 97-115.

32 Mrozek, *Generation*, S. 118. Bei diesen Zuschreibungen handelte es sich nicht um von den Medien konstruierte Klischees devianter Randgruppen innerhalb bestimmter sozialer Schichten.

33 Schumann, *Youth Culture*, S. 145.

34 Uta G. Poiger, *Pop und Geschlechternormen. Männlichkeit und Weiblichkeit in der Bonner Republik*, in: Alexa Geisthövel/Bodo Mrozek (Hg.), *Popgeschichte*, Bd. 1: *Konzepte und Methoden*, Bielefeld 2014, S. 57-78, S. 75.

terschiedliches Verständnis von Geschlechterrollen entwickelt haben. Dabei werden vor allem die Bereiche Mode und Musik fokussiert. Seit den 1950er Jahren vollzog sich zum einen die Ausprägung, Kommerzialisierung und Diversifizierung der Rock- und Popmusik ebenso schichtenübergreifend wie breitenwirksam. Zum anderen avancierte die Mode – erstmals unabhängig von sozialen Schichten und Stadt-Land-Unterschieden – als Teil einer weitgefächerten Konsumgüterindustrie zum bedeutsamen Distinktionsmittel zwischen den Generationen und zu einem zentralen Ausdrucksmittel der sich zunehmend auf-fächernden Jugendkulturen. Musik und Mode gelten als die elementarsten Kennzeichen der populären Kultur – ihre generationelle Resonanz und Aneignung auszuloten, steht deshalb hier im Mittelpunkt. Mehr noch: Sie sind anzusehen als »überindividuelle Markierungen für gelebtes Leben und für die Erfahrungen, die es prägen und biographisch gliedern.«³⁵ Mode und Musik diene und dient demnach der individuellen, gruppen- wie altersbezogenen Identitätsfindung und bildet daher einen Schlüssel zu einer vielschichtigen Analyse von generationellen Selbst- und Fremdverortungen. Gleichzeitig handelt es sich dabei um Bereiche, in denen klassische Geschlechterschranken und Körperbilder öffentlichkeitswirksam zumindest temporär durchbrochen worden sind, wenn man z.B. an den Rock-'n'-Roll-Tanz der 1950er Jahre oder an die Punk-Ästhetik der späten 1970er Jahre denkt.

Musik , Mode und Generationalität

Im Rahmen der transnationalen Jugendkultur, die sich seit den späten 1950er Jahren in ganz Europa ausbreitete, spielte Rock-, Beat- und Popmusik eine entscheidende Rolle. Sie repräsentierte Weltoffenheit, Eigenaktivität und Partizipation, wobei nicht vorrangig der Text, sondern mindestens ebenbürtig der Sound ihre soziale Bindungs- und Mobilisierungsfunktion begründete.³⁶ Sie diene der individuellen, gruppenbezogenen wie generationellen Identitätsfindung im Elternhaus und in *peer groups* in Clubs, Discotheken oder bei Live-Konzerten. Aber auch retrospektiv ist Musik in hohem Maße mit Emotionen und Erinnerungen verbunden – in individueller wie in kollektiver Hinsicht.³⁷ Die Rock-, Beat- und Popmusik stellte demnach das wesentliche Bindemittel der sozial übergreifenden jugendlichen Massenkultur dar und stand damit

35 Maase, Bescheidenheit, S. 237.

36 Detlef Siegfried, Sound der Revolte. Studien zur Kulturrevolution um 1968, Weinheim, München 2008, S. 58.

37 Dazu Henning Wellmann, Pop- und Emotionsgeschichte. Eine viel versprechende Partnerschaft, in: Geithövel/Mrozek, Porgeschichte, Bd. 1, S. 201-225, S. 202.

nicht zuletzt im Fokus generationeller Aushandlungsprozesse, im privaten wie im öffentlichen Bereich.³⁸ In der deutschen Geschichtswissenschaft wurde Popmusik bislang vor allem als Essenz der spezifischen Mischung von Konsum und Politik untersucht, die sich in dem Etikett »1968« symbolisch verdichtete.³⁹ Auch wurde die Politisierung der Beatmusik durch die SED in der DDR erforscht.⁴⁰ Doch generationelle Aneignungen der Popmusik außerhalb des Politischen bzw. über »1968« hinaus sind bisher nur vereinzelt in den Blick der historischen Forschung geraten. So wurde etwa die technische Hardware der Popmusik, also Radio, Schallplattenspieler, Tonband und später Kassettenrecorder und CD-Player zum festen Bestandteil von Haushalten in West- wie auch in Osteuropa.⁴¹ Der Schallplattenspieler avancierte seit Mitte der 1950er Jahre zu einem obligatorischen Zubehör nicht nur für Jungen, sondern auch für Mädchen. Er ermöglichte den selbst bestimmten Konsum von Musik in den »eigenen vier Wänden« – unabhängig von den Programmvorgaben des Radios, das zumeist im Wohnzimmer positioniert war. Ab den 1970er Jahren übernahmen diese Rolle dann immer mehr Tonbandgeräte und/oder Stereoanlagen, die nicht zuletzt das »Aufnehmen« von Musik aus dem Radio ermöglichten.⁴² Kofferradios und tragbare Kassettenrecorder hatten eine wesentliche Bedeutung, da sie es ermöglichten, individuelle wie kollektive Musikvorlieben in *peer groups* auch im öffentlichen Raum nachzugehen. Die zuhause oder im öffentlichen Raum gehörte Musik diente der Verstärkung persönlicher emotionaler Stimmungen und der Abgrenzung vom Musikgeschmack der Eltern ebenso wie der kollektiven Selbstvergewisserung in der *peer group* und der Selbstdarstellung nach außen.

38 Siegfried, Sound, S. 40f.

39 Siehe dazu die wichtige Arbeit von Detlef Siegfried, *Time Is on My Side*. Konsum und Politik in der westdeutschen Jugendkultur der 60er Jahre, Göttingen 2006. Vgl. Siegfried, Sound, besonders S. 51.

40 Siehe z.B. Dorothee Wierling, *Die Jugend als innerer Feind*. Konflikte in der Erziehungsdiktatur der sechziger Jahre, in: Hartmut Kaelble/Jürgen Kocka/Hartmut Zwahr (Hg.), *Sozialgeschichte der DDR*, Stuttgart 1994, S. 404-425; Michael Rauhut, *Beat in der Grauzone*. DDR-Rock 1964 bis 1972 – Politik und Alltag, Berlin 1993.

41 Zu Schallplatten und Tonbändern als historischer Quelle siehe Bodo Mrozek, *Geschichte in Scheiben*. Schallplatten als zeithistorische Quellen, in: *Zeithistorische Forschungen/Studies in Contemporary History*, Online-Ausgabe, Jg. 8 (2011), H. 2, S. 295-304. URL: <http://www.zeithistorische-forschungen.de/2-2011/id=4610>.

42 Anders als bei Schallplattenspielern war der Besitz von Stereoanlagen allerdings unter den Geschlechtern ungleich verteilt. Anfang 1975 besaßen nur etwa 17 Prozent junger Frauen im Alter von 15 bis 23 Jahren eine Stereoanlage. Bei jungen Männern in dieser Altersgruppe waren es hingegen 43 Prozent. Auch die Besitzer von Tonbandgeräten sollen überwiegend männlich gewesen sein. Zahlen bei: Siegfried, Sound, S. 61.

Zugleich war die Technik Basis und Teil eines kulturindustriellen Ensembles, das in der Bundesrepublik durch die Jugendzeitschrift »Bravo« ab 1956 und in ambitionierterer Form durch die Zeitschrift »Sounds« ab Mitte der 1960er Jahre abgedeckt wurde.⁴³ In der DDR informierte ab 1957 die Monatszeitschrift »Melodie und Rhythmus«, später auch die »Unterhaltungskunst« über Trends und globale Entwicklungen in der Popmusik, ohne die Jugendlichen dabei jedoch direkt anzusprechen.⁴⁴ Besonders wichtig für den Konsum von Popmusik in der DDR wurde ab 1964 im Zeichen einer sanften kulturpolitischen Öffnung der SED der Sender DT 64.⁴⁵ Der Einzug der Massenmedien in den privaten Raum und die Ausprägung von jugendspezifischen Zeitschriften, die die popkulturellen Interessen ihrer Leserinnen und Leser aufnahmen und moderierten, sind als ein wichtiges Vehikel für generationelle Wahrnehmungen und Narrative des Pop anzusehen. Dabei sind besonders die Musikstars als bedeutsame Projektionsflächen für individuelle Wünsche und Träume anzusehen, die – medial vermittelt – den Rezipientinnen und Rezipienten bei der Ausprägung eines persönlichen Stils sowie der Kommunikation im Freundes- und Bekanntenkreis dienten. Ulrike Jureit betont, dass für die Gemeinschaftsbildung von Wir-Gruppen, die über unmittelbare Face-to-face-Kontakte hinausreichen, Generationenobjekte unabdingbar sind, an denen sich differente Erfahrungen auf einen gemeinsamen Bezugspunkt ausrichten können.⁴⁶ Durch die emotionale Bindung an ein solches Generationenobjekt entstehe ein Gefühl von Gemeinsamkeit, das zwar partiell bleibe, aber aus der Dominanz kontingenter Lebenserfahrungen doch herausrage.⁴⁷ Generationenobjekte können Ereignisse, Dinge, aber auch Personen bzw. ihre visuell-mediale Repräsentation sein.⁴⁸ Stars waren und sind lebensnahe Identifikationsfiguren, mit denen Kinder und Jugendliche ihren Eltern schon auf einer nonverbalen Ebene demonstrieren können, dass sie durch den Pop womöglich eigene Vorbilder mit Orientierungsfunktion besaßen.⁴⁹ Auf diese Weise konnte also Protest geäußert, aber auch Verständigungs-

43 Ebd.

44 Rauhut, Rock, S. 15.

45 Heiner Stahl, Agit-Pop. Das Jugendstudio DT 64 in den swingenden 60er Jahren, in: Klaus Arnold/Christoph Classen (Hg.), Zwischen Pop und Propaganda. Radio in der DDR, Berlin 2004, S. 229-247, S. 229.

46 Jureit, Generationenforschung, S. 90.

47 Ebd., S. 91. Jureit bezieht sich dabei auf den britischen Psychoanalytiker Christoph Bolas und sein Konzept von Generationenobjekten.

48 Ebd., S. 94f.

49 Ebd., S. 79. Siehe auch Lu Seegers, Fernsehstars und »freie Liebe«. Zur Karriere der Programmzeitschrift »HÖR ZU« (1965-1974), in: Zeithistorische Forschungen/Studies in Contemporary History, Online-Ausgabe, Jg. 1 (2004), H. 2, S. 214-235, hier S. 223, <http://www.zeithistorische-forschungen.de/2-2004/id=4703>.

prozesse in Gang gesetzt werden. Die jugendbezogene Popkultur war und ist nicht zu denken ohne die Kulturindustrie. Aber als soziales Phänomen, das das Potenzial für zeitgenössische generationelle Gemeinschaftsstiftungen wie retrospektive generationelle Erzählungen besitzt, beruht sie auf einer breiten Kulturbewegung von unten, deren Basis in performativen Aushandlungen an öffentlichen Orten und Plätzen, sei es bei Konzerten und Festivals der Popstars, sei es in Diskotheken oder in selbst geschaffenen Räumen, z.B. in Jugendzentren oder im Partykeller besteht.⁵⁰ Als Bestandteil einer altersbezogenen gemeinschaftsstiftenden Performanz des Pop ist zudem, wie Matthias Matussek in dem Eingangszitat erwähnt, der Konsum von Drogen anzusehen. In den frühen 1960er Jahren waren neben dem Alkohol »klassische« Drogen wie Amphetamine unter Jugendlichen in Westeuropa verbreitet, ab 1967 nahm hier der Konsum von Haschisch und Marihuana deutlich zu. Gleich ob Alkohol, Marihuana oder LSD: Bei der Verbindung von Popmusik und Drogen war das Erlebnis in der Gruppe ebenso zentral wie identifikationsstiftend.⁵¹ Gerade in dieser Kombination dürfte Pop in hohem Maße mit Emotionen und Erinnerungen verbunden sein, die retrospektiv als kollektive Erfahrung gedeutet werden können.

Für die seit den 1960er Jahren global verbreitete Popkultur war die Mode fast ebenso relevant wie die Musik selbst. Seit kurzem wird die Geschichte der Mode nicht mehr nur als Abfolge von Kleidungsstilen im Sinne einer klassischen Modegeschichte oder als Bestandteil wirtschaftlicher Produktions- und Distributionsmechanismen analysiert, sondern vielmehr auch als Feld von Identitätskonstruktionen unterschiedlichster Art. Mode kann eingebunden sein in politisch-staatliche Legitimationszusammenhänge, in soziale Bewegungen, in das Handeln von Gruppen und Institutionen wie Kirchen, Militär, Jugend- und Protestkulturen oder in regionalistische Traditionsmodelle.⁵² Kleidung wird in diesem Kontext nicht nur als ein elementares Gebrauchsgut angesehen, sondern dient Individuen und Gruppen stets auch zur kulturellen und sozialen Positionierung in der Gesellschaft. Dabei ist zu berücksichtigen, dass sich generationelle Selbst- und Fremdverortungen nicht nur in verbalen Kommunikationsszusammenhängen vollziehen, sondern sich auch Dinge als nonverbale »Kol-

50 Siehe z.B. David Templin, Freiräume vom Provinzalltag. Jugendzentrumsinitiativen im ländlich-kleinstädtischen Raum in den 1970er Jahren, in: Heike Kempe (Hg.), Die »andere« Provinz. Kulturelle Auf- und Ausbrüche im Bodenseeraum seit den 1960er Jahren, Konstanz, München 2014, S. 299-326.

51 Vgl. Siegfried: Sound, S. 66 ff.

52 Hartmut Berghoff/Thomas Kühne, »It Makes Princes of Those Who Have It«: Beauty and Consumerism in the Twentieth Century, in: dies. (Hg.), Globalizing Beauty. Consumerism and Body Aesthetics in the Twentieth Century, New York 2013, S. 1-21, S. 4-5.

lektivsymbole, als Generationszeichen« eignen, denen spezifische Bedeutungen zugeschrieben werden.⁵³ Welche alters- und geschlechtsbezogenen Identifikationen und Zuschreibungen waren etwa mit dem Minirock verbunden, der in den späten 1960er Jahren zum Symbol für Jugendlichkeit, Weiblichkeit und Sexyness in den USA, West- und Osteuropa avancierte und politisch-ideologische wie gesellschaftliche Grenzziehungen gleichermaßen durchbrach? Ähnliches galt für die Jeans, die seit den 1950er Jahren für Jungen, aber auch für Mädchen immer attraktiver wurde und retrospektiv mit altersspezifischen »Wir«-Beschreibungen verknüpft wurde.⁵⁴ Zeitschriften wie die »Twen« konstatierten Mitte der 1960er Jahre eine »schleichende Verweiblichung«, da die männliche Mode immer androgyn wurde und Mädchen bzw. junge Frauen wiederum sich lange Hosen sukzessive nicht nur in der Freizeit, sondern auch im Beruf aneigneten.⁵⁵ Eine wichtige Rolle spielten dabei auch die Modestile von Popstars, bedingt durch ihre Rolle als Trendsetter. Jugendliche imitieren die Fashionstile der Stars nicht nur, es geht dabei stets auch um Körperbilder und Verhaltensweisen (Körpersprache, Frisur, Idiom). Modestile werden eigensinnig angeeignet und öffnen damit einen Möglichkeitsraum für unkonventionelle Geschlechterbilder. Die Textilwissenschaftlerin Heike Jenß geht davon aus, dass Kleidung und Mode in hohem Maße der Selbstinszenierung in sozialer, geschlechter- und altersbezogener Hinsicht dienen:

»Selbst-Inszenierungen sind damit auch Positionierungen, sie ermöglichen die soziale Verortung innerhalb der Geschlechterverhältnisse, eine Revision oder eine Reproduktion der klassischen Bilder von Weiblichkeit und Männlichkeit. Sie ermöglichen nicht zuletzt auch Positionierungen im Hinblick auf die Generationenverhältnisse.«⁵⁶

Ein gewissermaßen transeuropäisches *icon* für generationelle Kommunikationsprozesse um Musik und Mode in *peer groups* wie in der Familie war beispielsweise die Sängerin Nina Hagen. Jahrgang 1955, wuchs sie in der DDR als Tochter der Schauspielerin Eva Maria Hagen und des Stiefvaters, des Liedermachers Wolf Biermann, auf. 1977 emigrierte Nina Hagen im Alter von 21 Jahren in den Westen und lebte für kurze Zeit in England, wo sie mit der Punk-Bewegung in Berührung kam. In Westdeutschland avancierte sie ab 1978 – grell geschminkt und unkonventionell gekleidet – zur öffentlichkeitswirksamen Anhängerin und

53 Kaspar Maase, Farbige Bescheidenheit. Anmerkungen zum postheroischen Generationsverständnis, in: Wildt/Jureit (Hg.), Generationen, S. 220-242, S. 238.

54 Darauf verweist etwa Bodo Mrozek, Bürgerschreck, S. 121.

55 Twen (1966), Nr. 12, S. 59-61, S. 59. Zit. nach Siegfried: Sound, S. 63.

56 Heike Jenß, Sixties Dress Only. Mode und Konsum in der Retro-Szene der Mods, Frankfurt a. M., New York 2007, S. 41.

Förderin der Punk-Ästhetik.⁵⁷ Zugleich eroberte sie mit ihrer Band, die später unter dem Namen »Spliff« bekannt wurde, die Single-Charts und wurde als Popstar vermarktet. 1981 bezeichneten sich, so zitiert Uta Poiger eine Umfrage, rund zwei Prozent der deutschen Jugendlichen als Punks, rund 15 Prozent gefiel der Stil. Frauen fühlten sich in der Punk-Bewegung häufig ausgegrenzt, aber es ist dennoch davon auszugehen, dass diese Ästhetik als Tabubruch in der eigenen Familie Gegenstand von generationellen und geschlechtsbezogenen Ablösungsprozessen war. Kleidungspraxen bzw. deren bewusstes Unterlaufen oder Umgestalten stellten ein probates Mittel für historische Akteurinnen und Akteure dar, Geschlechterpolitiken offenzulegen und zu problematisieren.⁵⁸ Während Nina Hagen in Westdeutschland schnell zur Anti-Stilikone avancierte, wurden Punks in der DDR kriminalisiert und der staatlichen Repression ausgesetzt.⁵⁹ Auch die Jeans blieb in der DDR bis in die 1970er Jahre hinein umstritten. In den DEFA-Filmen der frühen 1960er Jahre, die im Zuge des »Kahlschlagplenums« von 1965 verboten wurden, symbolisierte die Beinbekleidung gleichsam eine dem realen Sozialismus gegenüber kritisch eingestellte Generation.⁶⁰ Dies änderte sich auch nicht, als die DDR selbst in die Jeansproduktion eintrat, da die Hosen aus dem Westen begehrter waren bzw. mit Sicherheitsnadeln in vermeintlich oppositionelle Kleidungsstile umstilisiert werden konnten. Umso dringlicher ist es, zu fragen, welchen Stellenwert die Aneignung von westlicher Mode und Musik als generationelle Zeichen in Osteuropa eigentlich besaß.

Mode spielte in West- ebenso wie in Osteuropa nicht zuletzt auch im alltäglichen Umgang in der Familie eine wichtige Rolle. In der kultursoziologischen Forschung wird Mode deshalb als bedeutsames Feld aufgefasst, auf dem Eltern-Kind-Beziehungen im Allgemeinen und Mutter-Tochter-Beziehungen im Speziellen ausgehandelt werden – vor allem in der Pubertät, aber auch darüber hinaus.⁶¹ So verwies etwa die Soziologin Edith Göbel, die sich mit den Lebenswelten 14- bis 18-jähriger Mädchen beschäftigte, im Jahr 1964 darauf, dass es

57 Uta Poiger, *Das Schöne und das Hässliche. Kosmetik, Feminismus und Punk in den siebziger und achtziger Jahren*, in: Sven Reichardt/Detlef Siegfried (Hg.), *Das alternative Milieu. Antibürgerlicher Lebensstil und linke Politik in der Bundesrepublik Deutschland und Europa 1968-1983*, Göttingen 2010, S. 222-243, S. 232.

58 Stöckmann, *Tagungsbericht*.

59 Michael Horschig, *In der DDR hat es nie Punks gegeben*, in: Robert Galenza/Heinz Havemeister, *Wir wollen immer artig sein. Punk, New Wave, Hip-hop und Independent-Szene in der DDR von 1980 bis 1990*, Berlin 1999, S. 30-70, besonders S. 40-44.

60 Rebecca Menzel, *Jeans in der DDR. Vom tieferen Sinn einer Freizeithose*, Berlin 2004, S. 78-82. Siehe auch Anna von der Goltz, *Introduction*, in: dies., *Talkin'*, S. 7-28, S. 10.

61 Siehe Nadine Wagener-Böck, »Es ist immer so ein bisschen Pflicht dabei.« *Kleidertransfers als Beziehungspraktik zwischen Frauengenerationen*, in: Sebastian Mohr/Lydia-Maria Quart/Andreas Vetter (Hg.): *(aus)tauschen. Erkundungen einer Praxisform*, Berlin 2012, S. 54-64.

in Bezug auf Freizeit und Mode zwar nur selten ernsthafte Konflikte mit den Eltern gebe, die Lebensstile sich aber stark unterschieden und unter den Mädchen ein ausgeprägtes Generationenbewusstsein herrsche.⁶²

Familiäre und »stille« Generationenerfahrungen

Grundsätzlich muss bei der Untersuchung generationeller Phänomene zwischen der Verwendung des Generationenbegriffs als Selbst- und Fremdverortung einerseits und als analytische Kategorie andererseits unterschieden werden. Der Generationenbegriff kann als ein Scharnierbegriff verstanden werden, mit dessen Hilfe sowohl die individuellen Erfahrungen und Selbstdeutungen von Akteurinnen und Akteuren einer Altersgruppe analysiert werden können, als auch die politischen und gesellschaftlichen Zuschreibungen, unter denen diese Jahrgänge in den zeitgenössischen Debatten wahrgenommen und für unterschiedliche politische Ziele motiviert wurden.⁶³ Im Rahmen des vorliegenden Bandes wird der Generationenbegriff deshalb im doppelten Sinne verwendet: zum einen als kommunikative Selbst- und Fremdthematization, bei der sich soziale Gruppierungen als Generationen imaginieren oder sie von außen in diesem Sinne gedeutet werden. Zum anderen dient Generation in einigen Aufsätzen aber auch als analytische Kategorie, die unabhängig vom Selbstverständnis der untersuchten Gruppen Generation aufgrund des altersbezogenen Zeiterlebens als eine Grundbedingung menschlicher Existenz betrachtet, der ein gewisses Erklärungspotenzial zukommt.⁶⁴ So plädiert etwa Mary Fulbrook für die Anwendung von Generation als analytischem Konzept, weil dadurch die Bedeutung des Lebensalters von Menschen bei der Erfahrung historischer Ereignisse und Prozesse erfasst werden kann.⁶⁵ In diesem Sinne hat Eva-Maria Silies in ihrer Dissertation über die Pille als generationelle Erfahrung gezeigt, dass Frauen durch die Anwendung der Pille eine gemeinsame Identität entwickelten,

62 Edith Göbel, *Mädchen zwischen 14 und 18. Ihre Probleme und Interessen, ihre Vorbilder, Leitbilder und Ideale und ihr Verhältnis zu den Erwachsenen*, Hannover 1964, S. 395, 401. Zit. nach Siegfried, *Time*, S. 65.

63 Möckel, *Erfahrungsbruch*, S. 387.

64 Jureit, *Generationenforschung*, S. 9.

65 Mary Fulbrook, *Dissonant Lives. Generations and Violence through German Dictatorships*, Oxford 2011, S. 9. Fulbrook bezieht dies in ihrer Arbeit vor allem auf die Wahrnehmung von Wirtschaftskrisen, Kriegsmobilisierung oder Diktaturen. Altersbezogene Erfahrungen werden stets auch von anderen Faktoren überlagert mit z.T. größerer Relevanz wie z.B. soziale Schichtzugehörigkeit, Bildungsstand, Konfession, politische Zustimmung, die Zuweisung rassistischer Zugehörigkeit, aber auch persönlicher Charakteristika wie eigenen moralischen Ansprüchen und Maßstäben.

mit der sie sich gegen frühere und spätere Generationen abgrenzten, ohne dass sie sich selbst als »Pillen-Generation« bezeichnet hätten.⁶⁶ Es war nach Silies diese »spezifische körperbezogene generationelle Erfahrung, die junge Frauen in den 1960er Jahren für ihren weiteren Lebenslauf prägte, mehr als Ereignisse der studentischen Protestbewegung oder die Zuschreibung zu einer Generation der 68er«.⁶⁷ Es handelt sich also um eine »stille« Generationenerfahrung, nicht um eine proklamierte und sie spielt nicht nur, aber vor allem in der Familie eine Rolle.⁶⁸

Bei der Rekonstruktion »stiller« Generationenerfahrungen muss berücksichtigt werden, dass diese auch und gerade in den Familien ausgeprägt werden. Anders als der historisch-politische Generationenansatz, der die gemeinsame Prägung einer besonderen Altersgruppe untersucht, thematisiert der familiäre Generationenansatz verwandtschaftliche Beziehungen über zwei oder mehrere Generationen. Für familiäre Generationenzusammenhänge ist signifikant, dass sie durch häufig lebenslang bedeutsame emotionale Verbindungen zwischen den Familienangehörigen gekennzeichnet sind und sich durch diese Bindungsintensität, die positiv und/oder negativ ausgeprägt sein kann, von anderen sozialen Verhältnissen unterscheiden.⁶⁹ Zugleich ist die Ausgestaltung familiärer Beziehungen eng mit zeithistorischen Konstellationen und gesellschaftsgeschichtlichen Bedingungen verwoben. In der Sowjetunion etwa wurden nach dem Tod von Millionen Soldaten viele Halbwaisen von ihren Großmüttern aufgezogen, später war deren Hilfe in Anbetracht der hohen Erwerbstätigkeit von Müttern zentral.⁷⁰ Das bedeutete naturgemäß, dass Großmütter ihre Wertvorstellungen und Erfahrungswelten in besonders hohem Maße vermittelten. Familien leisten vielfältige innergenerationelle Unterstützung, zugleich sind sie aber auch von fortlaufenden generationellen Ablösungsprozessen geprägt, wie der Soziologe Kurt Lüscher mit dem Konzept der Ambivalenz deutlich macht.⁷¹

66 Silies, *Liebe*, S. 427.

67 Silies, *Generation*, S. 78.

68 Astrid Baerwolf arbeitet in ihrer Studie zum Thema Mutterschaft und Erwerbstätigkeit in der DDR ebenfalls mit dem Generationenbegriff als Analysekategorie. So kann sie die Zuschreibungen an und die Praktiken der Mutterschaft in der Familie historisieren und in ein Drei-Generationen-Modell einordnen, auch wenn sich Mütter in der DDR selbst nicht als generationelle Gruppe verstanden haben. Astrid Baerwolf, *Transformative Motherhood in Eastern Germany: Generational Styles of Mothering Before and After the Wende*, in: Berghoff/Jensen/Lubinski/Weisbrod, *History*, S. 216-236, S. 216, 221-223.

69 Jureit, *Generationenforschung*, S. 31.

70 Catriona Kelly, *Good Night, Little Ones: Childhood in the Last Soviet Generation*, in: Stephen Lovell (Hg.), *Generations in 20th Century Europe*, London 2007, S. 165-189, S. 165.

71 Kurt Lüscher, *Ambivalenz – eine Annäherung an das Problem der Generationen*, in: Jureit/Wildt (Hg.): *Generationen*, S. 53-78, S. 67 ff.