

Generationen Lesen, Schreiben, Machen – Wie Schriftmedien Generationen inszenieren

Jutta Weingarten

Abstract:

Björn Bohnenkamp platziert mit der Monographie *Doing Generation* (2011) die Generationenforschung erfolgreich als Forschungsfeld in den Kulturwissenschaften. Bereits der Titel verweist auf die These, dass Generationen nichts Natürliches sind, sondern stets in Inszenierungen hervorgebracht werden. Die Studie verbindet die aktuelle theoretische Diskussion über Entstehungsweisen, Fortbestand und Relevanz von Generationen mit einer Untersuchung deutschsprachiger Popromane, 'Zeitgeistzeitschriften' und Internetplattformen, die maßgeblich zur wissenschaftlichen Diskussion über Generationen und deren Popularisierung beitragen. Dazu bedient er sich verschiedener kulturwissenschaftlicher Ansätze. Dass die ausgewählten Schriftmedien bisher noch nicht systematisch auf ihr Potential zur Bildung von Generationen hin untersucht wurden, scheint der noch vorherrschenden Dominanz der geschichts-, politik- und sozialwissenschaftlichen Forschung in diesem Bereich geschuldet. Diese Forschungslücke schließt die Studie *Doing Generation*.

How to cite:

Weingarten, Jutta: „Generationen Lesen, Schreiben, Machen – Wie Schriftmedien Generationen inszenieren [Review on: Bohnenkamp, Björn: *Doing Generation*. Zur Inszenierung von generationeller Gemeinschaft in deutschsprachigen Schriftmedien. Bielefeld: transcript, 2011.]“. In: KULT_online 30 (2012).

DOI: <https://doi.org/10.22029/ko.2012.652>

© beim Autor und bei KULT_online

Generationen Lesen, Schreiben, Machen – Wie Schriftmedien Generationen inszenieren

Jutta Weingarten

Bohnenkamp, Björn: *Doing Generation. Zur Inszenierung von generationeller Gemeinschaft in deutschsprachigen Schriftmedien.* Bielefeld: transcript Verlag, 2011. 312 S., broschiert, 33,80 Euro. ISBN: 978-3-8376-1836-5

Bereits mit dem Titel seiner Studie *Doing Generation* und deren Referenz auf Judith Butler bringt der Medien- und Kulturwissenschaftler Björn Bohnenkamp sowohl seinen kulturwissenschaftlichen Ansatz zum Ausdruck als auch seine These auf den Punkt: Generationen werden gemacht. Und zwar u. a. durch ihre Inszenierung [...] in Schriftmedien. Die acht Kapitel der Monographie lassen sich grob in drei Teilgebiete unterteilen: Auf eine Verortung der Generation Studies und eine Darstellung der Popularität des Generationenbegriffs folgt eine theoretische Auseinandersetzung mit dem Konzept Generation. Diese grundlegenden Kapitel werden abschließend durch Fallstudien, die unter verschiedenen Gesichtspunkten mehrmals aufgegriffen werden und berechtigterweise den größten Teil des Werks einnehmen, ergänzt.

Zu Beginn der Einleitung verortet Bohnenkamp seine Studie innerhalb der Generationenforschung, indem er zum einen seinen Ansatz im Bereich gesellschaftlicher Identitäten und Differenzen ansiedelt, also genealogische Konzepte, wie sie beispielsweise in der Pädagogik oder Familiensoziologie genutzt werden, ausklammert. Zum anderen deklariert er: "Die Wahrheit über neue Generationen steht hier nicht. Hier kann man nicht lesen, was Generationen prägt, was sie bewirken, wie sie funktionieren, denken, fühlen, wie sie das Land, das Denken, die Kultur verändern. Hier wird nicht erzählt, was sie von anderen Generationen abhebt, was der eine Unterschied ist, der sie vor anderen Generationen auszeichnet." (S. 10 f.) Statt den traditionellen Diskurs der Generationenforschung weiter zu verfolgen, konzentriert sich diese Studie auf die Fragen, warum der Generationenbegriff in den letzten Jahren eine so große Aufmerksamkeit genießt, warum sich immer wieder Kontroversen an ihm entzünden und wie sich in der Benennung von Generationen ihre Erzählungen verdichten (vgl. S. 11). Diesen Forschungsfragen legt Bohnenkamp die These zugrunde, dass Generationen nichts Natürliches sind, sondern "stets in Inszenierungen erst hervorgebracht" (S. 13) werden.

Nach einer knapp gehaltenen Verortung der Generation Studies (Kapitel 2) werden als zeitliche Ordnungsbegriffe verstandene Generationenbegriffe beleuchtet (Kapitel 3). Den vier Ansätzen, die als Genealogien, historisch-phänomenologische Generationen, Generationen in differenzierten Gesellschaften und Generationen in Populärkultur konzeptualisiert werden, ist gemein, dass sie alle Inklusionen und Exklusionen organisieren (vgl. S. 28). Innerhalb dieser

theoretischen Diskussion verzichtet Bohnenkamp auf die traditionellen binären Oppositionen der Generationsbegriffe. Dadurch liegt der Fokus nicht lediglich auf Abgrenzung dieser Ordnungsbegriffe, sondern vor allem auf der Diskussion zentraler Ideen, wie z.B. der 'Zeit Heimat' (vgl. S. 33 f.) oder der Generationengeschichte (vgl. S. 35/38), die für die spätere Analyse der Schriftmedien sowie ihrer Inszenierung von Generationen von Bedeutung sein werden.

An diese Begriffsschärfung anschließend werden unterschiedliche Beziehungen zwischen Generationen in Kapitel 4 vorgestellt. Neben der generationellen Identität innerhalb einer Generation und der Abgrenzung von vorhergehenden Generationen wird in diesem Kapitel vor allem die Herausbildung von Generationen, welche Bohnenkamp als 'Generativität' bezeichnet, hervorgehoben.

In Kapitel 5 gelingt es dem Autor auf den theoretischen Grundlagen aufbauend sehr überzeugend herauszustellen, wie Schriftmedien Generationen inszenieren. Dazu werden zunächst popliterarische Romane wie *Generation Golf* (1995) und *Generation Ally* (2002) untersucht, die paradigmatisch für die Gattung der Generatiographie stehen. Unter der Bezeichnung 'Zeitgeistzeitschrift' untersucht der Autor die Zeitschriften TEMPO, jetzt und NEON, deren Serialität und Kommunikationsstruktur er hervorhebt. Zuletzt diskutiert er die Weiterentwicklung der Zeitschrift jetzt zu der Internetplattform *jetzt.de* und ein Alternativangebot des Mobilfunkanbieters Vodafone, bei denen vor allem die Beteiligung der Rezipienten im Vordergrund steht. Die Diskussion dieser generationellen Gattungen beendet Bohnenkamp mit einem kurzen Zwischenresümee, in welchem er auf die Kategorien der Referenzmodalität, der kommunikativen Semantik und Stilistik eingeht, die für die vorgestellten Gattungen von besonderer Bedeutung sind. Darüber hinaus stellt er als Funktionen generationeller Gattungen vor allem die Reflexions- und Informationsfunktion und ihre Bedeutung als Erfahrungsmedium heraus (vgl. S. 189 ff.).

Die beiden anschließenden Kapitel greifen unter den Titeln 'Generation Building' und 'Generationenökonomik' noch einmal auf, wie wichtig einerseits innerhalb einer Generation das Identifikationspotential ist, das beispielsweise in Form von Generationsmythen (vgl. S. 208 f.) oder Generationenstars (vgl. S. 221) generiert wird. Andererseits ist es über die Grenzen einzelner Generation hinaus von zentraler Bedeutung, dass sich jede Generation als Protestkultur zur vorherigen versteht und sich in jeweils neuen Formen des Protests versucht (vgl. S. 249). Aus ökonomischer Sicht hebt Bohnenkamp abschließend besonders überzeugend hervor, dass der Generationenbegriff als 'Zeitmarke' (vgl. S. 270) zu einer Vermarktungsstrategie geworden ist.

Anstelle eines Fazits demonstriert Bohnenkamp noch einmal beispielhaft die zuvor diskutierten Prozesse der Bildung und Inszenierung von Generationen anhand der 'Generation Krise', die von der Zeitschrift Spiegel 2009 ausgerufen wurde. Obwohl das Deutungsangebot dieser laut Spiegel unsichtbaren Generation fraglich ist, belegt sie Bohnenkamps These das Generationen "in Texten lesbar gemacht werden" (S. 275). Mithilfe dieses Beispiels gelingt es dem Autor auf eingängige Weise, die zentralen Punkte seiner Arbeit erneut aufzugreifen, um *Doing Generation* mit der Prognose abzuschließen, dass trotz der momentanen Popularität und der

sich vielleicht anschließenden Übersättigung die Diskussion um Generationen nicht enden wird. Dafür ist das Deutungsangebot, Teil einer Generation zu sein (vgl. S. 284), und die damit verbundene "Verheißung einer 'Zeitheimat'" (S. 285) zu attraktiv.

Obwohl besonders die überzeugende Schlussbetrachtung die These, dass Generationen in Schriftmedien inszeniert werden, pointiert belegt, müssen neben wenigen typographischen Fehlern Wiederholungen in der Argumentation (z.B. S. 242/268) kritisiert werden. Es scheint, als sei der Autor an manchen Stellen dem eigenen Anspruch, "die Komplexität des Generationenbegriffs zu erfassen und damit auch seiner Faszination auf den Grund zu gehen" (S. 17), und der damit verbundenen "Vielschichtigkeit der Perspektiven" (S. 17) zum Opfer zu fallen. Darüber hinaus finden sich im Fließtext Kapitelüberschriften auf dritter Ebene, die zwar den Text weiter strukturieren, doch oft wenig Aufschluss über die folgende Argumentation liefern, durch eine Wiederholungen dieser Zwischenüberschriften (z.B. S. 221/225) sogar manchmal eher irritieren.

Als Fazit lässt sich jedoch festhalten, dass es Björn Bohnenkamp mit Doing Generation gelungen ist, eine klaffende Forschungslücke im Bereich der Generation Studies zu schließen. Durch die Untersuchung der Inszenierung von Generationen in Schriftmedien sind die Generation Studies neben der traditionellen Generationenforschung der Geschichts-, Politik- und Sozialwissenschaften nun endlich auch in den Kulturwissenschaften angekommen.