

Triebgehemmter Blutsauger

Viele Filme und Fernsehserien, Leitmedien der Jugendkultur und auch Idole wie Miley Cyrus propagieren neuerdings mit großem Ernst ein erstaunliches Ideal: die Keuschheit. Was ist davon zu halten?

VON DANIEL HAAS

Tokio-Hotel-Star
Bill Kaulitz

Die Jugend ist in den Tod vernarrt, wer wollte nicht sterben mit 15, 16? Auf dramatische Weise draufgehen wie James Dean, Janis Joplin oder Kurt Cobain, die Rebellen der Popkultur? Die Erwachsenenwelt mit ihrer moralischen Verbohrtheit war eh nicht zu ertragen, und irgendwann würde man selbst so einer sein: ein Spießler mit Eigenheim und Verdauungsproblemen.

„Live fast, die young“ hieß deshalb die Devise. Die Adoleszenz nicht als Phase, sondern als Krönung der Existenz begreifen: ein Rausch aus Sex und Drugs und Rock'n'Roll, an dessen Ende keine 40-Stunden-Woche wartet, sondern ewiger Ruhm.

Für die Teenager von heute ist das Reich des Todes attraktiver denn je. Selbstausschöpfung mittels Drogen gehört allerdings nicht mehr ins Programm; auch enthemmte Lusterfahrung steht nicht auf der Agenda. Der Tod, von dem Halbwüchsige rund um den Globus träumen, hat gute Manieren. Er ist edel wie ein Ritter, höflich wie ein Gentleman und empfindsam wie ein Therapeut. Und er hat das Gesicht von Robert Pattinson, 23, dem größten Teenie-Star seit Erfindung der Massenhysterie.

Pattinson ist Edward, der noble Vampirjunge der „Twilight“-Filme, gestorben und als unsterblicher Beau wieder auf erstanden im Alter von 17 Jahren. Die Buchvorlage schrieb Stephenie Meyer, eine bekennende Mormonin, und entsprechend zugeknöpft ist auch ihre Idee von romantischer Liebe.

Edward darf die schöne Bella, seine Herzensdame, nur anschnachen, Petting erschöpft sich in diskretem Schnüffeln am Hals der Begehrten. Ansonsten schwört man sich ewige Treue – und spart sich auf.

Sophie ist 14, und sie kann Bella gut verstehen. „Wenn man Vampir ist, halten die Beziehungen viel länger“, sagt die Berliner Schülerin. „Typen, die nach einer Woche Schluss machen, finde ich blöd.“ Gerade ist sie begeistert aus dem Kino gekommen, mit ihren Freundinnen trinkt sie noch eine Cola im Foyer.

Jungs sind keine dabei.

Kein Wunder: Seit rund zwei Jahren gelten neue Regeln an der Kinokasse. Lange Zeit entschieden das Blockbuster-Rennen die Superhelden- und Action-

Filme, also klassische Jungsstoffe. Heute machen Geschichten für Mädchen und junge Frauen das große Geld. Gleich vier weiblich gepolte Filme – „High School Musical 3“, „Sex and the City“, „Hannah Montana“ und „Twilight“ – brillierten 2008 an den Kinokassen.

Offenbar stimmt die Einschätzung von Paul Dergarabedian, Chef der US-Marktforschungsfirma Media by Numbers: „Teenie-Mädchen regieren die Welt.“

Und wer regiert die Teenie-Mädchen? Ein triebgehemmter Blutsauger mit Model-Appeal. „Edward ist eben toll und gefährlich“, sagt Anna, 15. „So einen



Sängerin Miley Cyrus

IMAGO STOCK&PEOPLE (L.); INTERTOPICS (R.)

hätte ich gern zum Freund. Weil er mich beschützen kann.“ Verlässlichkeit und Beschützerinstinkt: Das klingt nicht unbedingt nach Feminismus. Der enorme Erfolg von „Twilight“ – Meyers Bücher verkauften sich bislang 100 Millionen Mal, die Verfilmung des zweiten Buchs spielte am Startwochenende allein in den USA über 140 Millionen Dollar ein – beweist: Die alten Rock'n'Roll-Tugenden sind aus der Mode gekommen. Pattinson verkörpert Reinheit und Integrität, er ist das Gegenmodell zur sexualisierten MTV-Kultur.

Entgegen allen Sensationsmeldungen über die Generation Porno sei die Mehrheit der Jugend heute ganz anders orien-

tiert, sagt Klaus Farin, Leiter des Berliner Archivs der Jugendkulturen. „Später Sex haben, weniger Sex haben, das ist das Motto.“ Sind die unter 20-Jährigen also eine vorsichtige Generation?

Ja, meint Farin. „Und sie sind verantwortungsbewusster, als die Erwachsenen ihnen unterstellen. Die ständige Präsenz von Sex in den Medien heißt für sie noch lange nicht, dass man aktiv werden muss. Außerdem hat die Sexualaufklärung seit Aids nur noch wenig mit Lust, dafür aber viel mit Angst zu tun.“ Und die Praxis eben auch.

„Twilight“ bestätigt und spiegelt dieses gesteigerte Verantwortungsgefühl. Keinesfalls habe die Kulturindustrie die Jungen indoktriniert, sagt Farin. Er ist genervt von Jugendschützern und Berufsbetroffenen, die davon leben, Teenager zu stigmatisieren und ihnen nur Schlechtes zuzutrauen. „Einfach miteinander schlafen: Diese Unbekümmertheit ist für die Kids von heute vorbei.“

Natürlich hat die neue Zurückhaltung auch ihre Pop-Idole. Mächtigste Vertreterin des adoleszenten Reinheitsgebots ist Miley Cyrus, 17. Die Sängerin aus den USA ist der erfolgreichste Teeniestar des Disney-Konzerns; seit vier Jahren ist sie im Geschäft, allein 2008 soll Disney mit ihr eine Milliarde Dollar umgesetzt haben.

Miley hatte in weniger als drei Jahren zwei Alben an der Spitze der US-Charts, ihre Fernsehserie „Hannah Montana“ lief 2008 in mehr als 150 Ländern der Welt, das macht rund 160 Millionen Zuschauer. Die Geschichten von Hannah Montana sind jugendfrei, und auch die echte Miley (so heißt es jedenfalls) wartet mit dem Sex. Sie trägt einen „Purity Ring“, einen Reinheitsring, der ihr Gelübde zur vorehelichen Keuschheit symbolisiert. In Interviews sagt sie Sachen wie: „Ich habe keine Lust, morgens aufzuwachen und mich fragen zu müssen: Was habe ich gestern gemacht? Ich finde es cool, alles unter Kontrolle zu haben.“

Das also ist heutzutage die Idee einer intensiv gelebten Pubertät: Kontrolle. Und was ist aus einer Jugend geworden, die gerade den Kontrollverlust zum Lebensprinzip erkoren hatte? Die intuitiv wusste, dass man sich erst einmal entgrenzen muss, bevor man sich im Gehege des bürgerlichen Lebens einrichtet? „Dass man an heißen Sommertagen frei-



„Twilight“-Stars
Robert Pattinson und
Kristen Stewart

händig einen Berg herunterfahren sollte“, wie der Pop-Theoretiker Diedrich Diederichsen schrieb? „Dass man immer zu Recht hasst. Dass es schön ist, an Drogen sterbenskrank zu sein. Dass das, was man sowieso will, immer richtig ist“?

Gerade Sex war eines der zentralen Versprechen von Pop. Pop, verstanden als Mischung aus Medien und Moden, Lifestyles und Haltungen. Mit einer offensiv ausgestellten Libido ließ sich die Gesellschaft schocken. Das galt bereits für die Soulstars der Sechziger, die den spirituellen Gospel mit der lüsternen Weltlichkeit des Rhythm & Blues kreuzten. Die Siebziger hatten den obszönen Punk, die Achtziger die Lack- und Leder-Queen Madonna, in den Neunzigern wurde Rap regelrecht zur Außenstelle der Porno-Industrie.

Heute himmeln die Kleinen die Band Tokio Hotel an mit ihrem androgynen Sänger Bill Kaulitz, der sagt: „Ich würde lieber die große Liebe finden, als rumzumachen.“ Oder die Jonas Brothers, drei Wuschelköpfe aus New Jersey. Sie sind Mileys Brüder im Geiste und ebenfalls Disneys Sendboten für eine saubere Jugend.

Die Brüder, 22, 20 und 17 Jahre alt, sprechen sich offen gegen Alkohol, Drogen und exzessive Partys aus. Auch sie tragen den Reinheitsring zum Zeichen ihrer Enthaltsamkeit.

Eltern müsste das cleane Image dieser Stars suspekt sein. Lange war Wut der wichtigste Treibstoff für Jugendkulturen, sie befeuerte Punk ebenso wie HipHop oder Grunge.

Wenn heute Popstars aufmüpfig sind, liefern sie die Karikatur ihrer Wut gleich mit: Bushido zum Beispiel ist ein Zorn-darsteller, aber kein angry young Man. Seine Provokationen sehen inzwischen aus wie Zirkusnummern, nicht wie ernstgemeinte Attacken auf das Establishment.

Denn seine Posen, der Ghetto-Look mit Videos voller Waffen und willfähiger Girls, wirken unaufrichtig und inszeniert – Zitate einer vergangenen Zeit. Heute sind weniger die fernen, überlebensgroßen Stars gefragt, sondern Identifikationsfiguren, deren Leben mit der Welt der Fans möglichst viel zu tun hat. „Die Fans wollen nicht lesen, dass ein Star fünf Luxuslimousinen besitzt“, erklärt Alexander Gernandt, stellvertre-

tender Chefredakteur der Jugendzeitschrift „Bravo“. „Sie wollen wissen, ob er mal in der Schule gedisst wurde oder eine schlechte Note hatte.“

Diese Authentizität, selbst wenn sie strategisch ist und Teil eines ausgetüftelten Marketingplans, hat auch im Fernsehen die Verhältnisse verändert: Casting-Shows und Doku-Soaps sind zu einer starken Konkurrenz für die Seifenopern geworden. Zwar kommt hierzulande der Dauerbrenner „Gute Zeiten, schlechte Zeiten“ weiterhin auf gut 20 Prozent in der jungen Zielgruppe. So richtig in Ordnung aber ist die Welt vor allem für die Macher des Casting- und Doku-Soap-Betriebs. Weil Teenager deutlich weniger Zeit im Internet als vorm Fernseher verbringen, ist diese konsumfreudige Traumzielgruppe immer noch gut über die Mattscheibe zu erreichen.

In den USA, dem Mutterland der TV-Unterhaltung, sind Teens durchschnittlich 11,5 Stunden monatlich im Netz unterwegs, Fernsehen aber schauen sie rund 3 Stunden und 20 Minuten – pro Tag.

Das freut die Werbekunden und unterstützt den Paradigmenwechsel von artifiziell zu vermeintlich reell. Doku-Soaps sind attraktiv, weil sie das eigene Leben verdoppeln; Casting-Shows sind spannend, weil in ihnen brisante soziale Fragen gestellt werden: Wer kommt weiter, wer fliegt raus? Wie wird man mit dem Leistungsdruck fertig?

Ist im Kino also märchenhafter Eskapismus mit Vampirjungs gefragt, verschafft sich das Fernsehen seine Quoten mittels der Realität. Für die Münchner Medienwissenschaftlerin Maya Götz ist das nur logisch: „Die Zuschauer wollen echte Geschichten erzählt bekommen, bei denen sie mitfühlen können, ohne überfordert zu werden.“ Die von Finanz- und Wirtschaftskrise heimgesuchte Welt sei verwirrend genug, deshalb hätten einfache Formate Konjunktur.

Das war nicht immer so: Als Ende der Neunziger die Serien „Buffy – Im Bann der Dämonen“ und „Dawson’s Creek“ in den USA auf Sendung gingen, war komplexes Erzählen Pflicht. „Dawson’s Creek“ war ein dialogverliebtes Pubertätsmelodram, in dem ein Filmfan seine Seelenpein in Bilder bannte.

In „Buffy“ kämpfte eine Highschool-Schülerin mit Vampiren. Die Reihe wurde stilprägend für das Genre-Fernsehen

und etablierte mit der Hauptfigur das Vorbild für eine ganze Generation weiblicher TV-Helden. Buffy war melancholisch und schlagfertig, tapfer und empfindsam; als Kämpferin bediente sie die Omnipotenzphantasien der Zielgruppe ebenso, wie sie deren Ängste spiegelte. Vor allem aber war sie ironisch, eine höchst selbstreflexive Figur.

Zehn Jahre nach Buffy betrat „Gossip Girl“ die Szene. Man ist reich, man ist schön, man ist mies, daran hangelt sich die Handlung entlang. Inzwischen läuft die dritte Serienstaffel, die vierte ist terminiert.



Pop-Gruppe Jonas Brothers

Wer eine Folge von „Gossip Girl“ gesehen hat, lässt alle Hoffnung auf eine sozial kompetente Jugend fahren. Die Serie wird als „Sex and the City“ für Pubertierende angepriesen, aber eigentlich ist sie ein mit viel Mode und Pop aufgedonnerter Kurs in Gemeinheit.

Wie passt das nun aber zur Striktheit in moralischen Fragen, die Klaus Farin den Jugendlichen bescheinigt? „Extrem auf Fairplay bedacht“ seien sie, die Teenager von heute. Gegen das, was sich die superreichen New Yorker Kids aus „Gossip Girl“ gegenseitig antun, wirken die Machtspielchen eines Machiavelli allerdings wie die pure Caritas. Es wird gemobbt und intrigiert, als gälte es, die Weltherrschaft an sich

zu reißen und nicht den hübschesten Boyfriend.

Man muss kein Pessimist sein, um diese auf höchstem Niveau depravierten Jugendlichen abstoßend zu finden. Aber vielleicht liegt darin gerade der didaktisch-pädagogische Effekt: Seht, was passiert, wenn man alle Regungen, selbst die intimsten, der Gier nach Prestige, Macht und Geld unterordnet!

Die Helden sind sich ihres Dilemmas übrigens bewusst. Selbstreflexion ist heute Pflicht. In „Gossip Girl“ klingt das so: „Wir haben Anspruch auf unseren Treuhandfonds, auf ein Haus in den Hamptons, auf jeden Fall auf ein Drogenproblem. Aber Glück steht bestimmt nicht auf der Agenda.“

Wohlstandsverwahrlosung nennt man das Phänomen, es gehört immer mal wieder zu den Motiven, mit denen Jugendgeschichten und Geschichten von der Jugend illustriert werden. In Deutschland machte der Begriff zuletzt dank Helene Hegemann die Runde.

Im Alter von 17 Jahren veröffentlichte die Berliner Autorin den Roman „Axolotl Roadkill“. Es geht darin um die pubertierende Mifti, die sich mit Sex- und Drogenexzessen eine Lebensform zusammenrandaliert, letztlich aber verloren ist vor lauter Beliebigkeit und Freiheit. Auch Mifti sucht Glück und muss dabei Sätze sagen wie diesen: „Ich habe meine von Analsex, Tränen und Leichenschändung geprägte Patchworkgeschichte verloren.“

Es ist kein Wunder, dass „Axolotl Roadkill“ vorwiegend von Literaturkritikern Mitte 40 bejubelt wurde. Vor allem Erwachsene lesen das Buch, Jugendliche können mit dem Text wenig anfangen. Die 17-jährige Gymnasiastin Clara von Rauch schrieb im SPIEGEL: „Die Gefühle der Protagonistin und diese Hilflosigkeit, die man meint zu verspüren, wenn man jung ist, kenne ich auch. Aber was ich nicht wusste, ist, dass man, um diese Gefühle zu beschreiben, lange und unverständliche Passagen benötigt.“

Die Mehrheit der Teenager wird zur Beschreibung ihrer Nöte deshalb woanders fündig. Dort, wo man keinen Sex hat und keine Leichen schändet.

Die heutige Jugend hat nämlich Respekt vor den Toten. Vor allem, wenn sie sich so gut benehmen wie Edward.