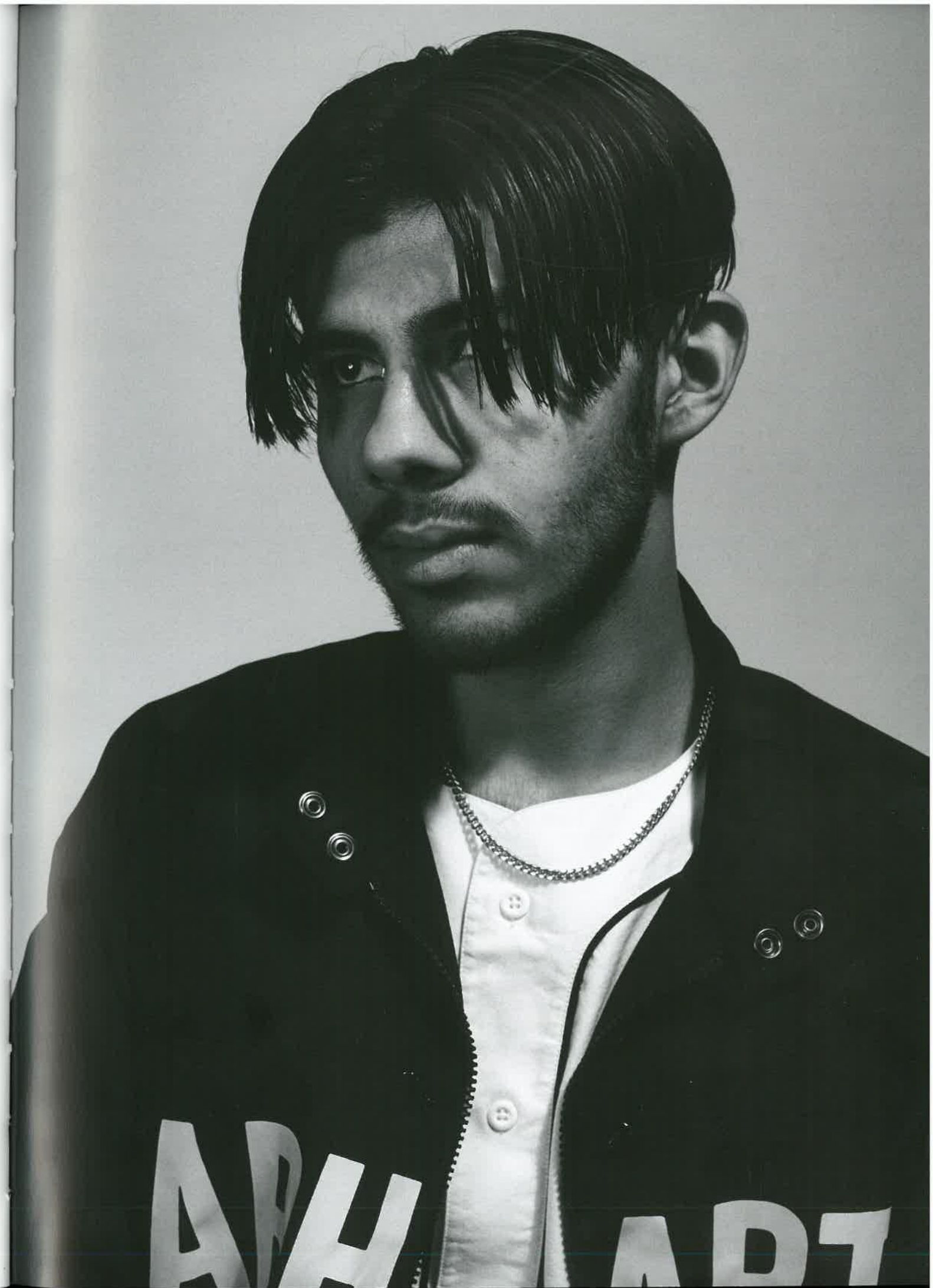
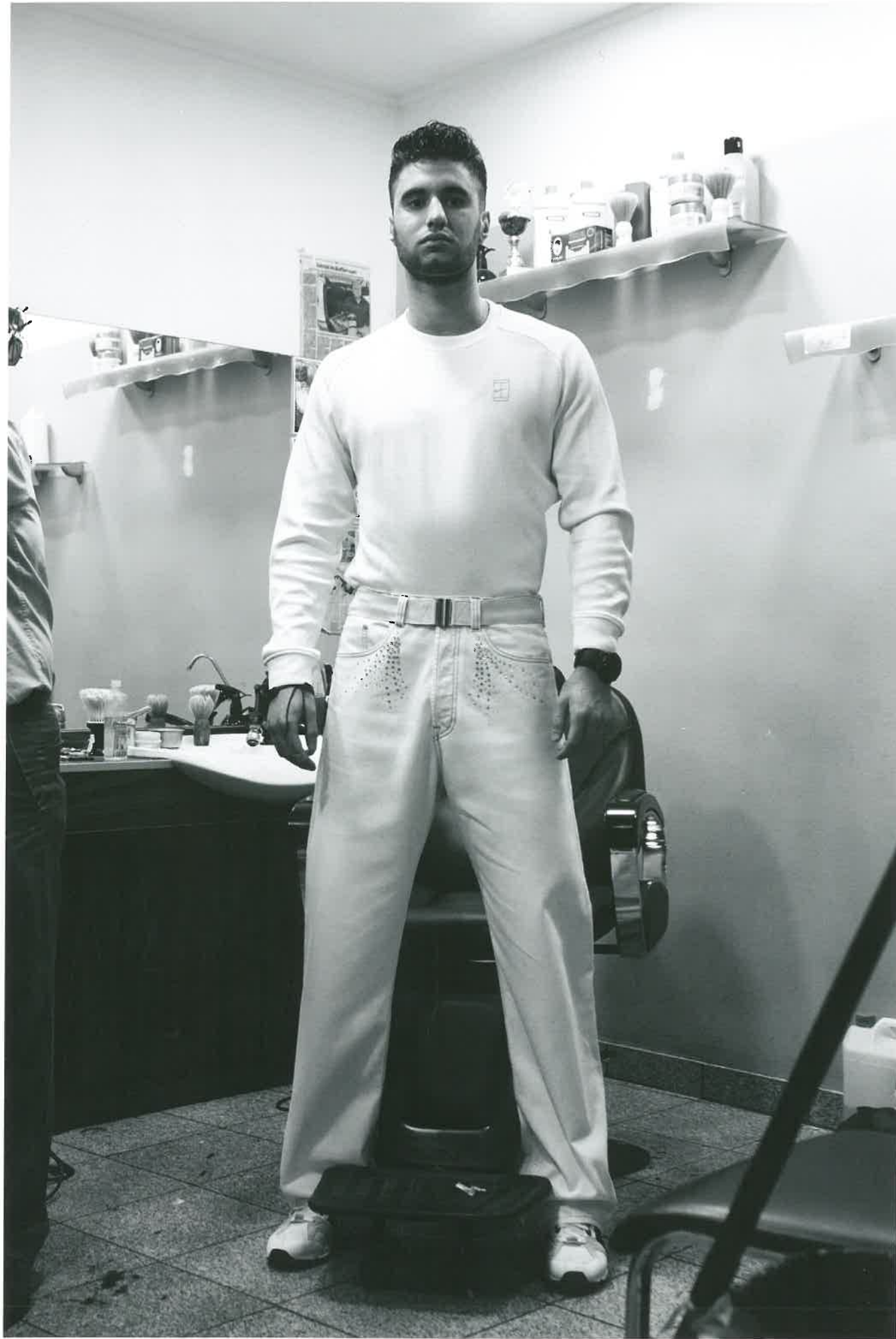


In bester Parallel- gesellschaft

Parallax Society

Text Diana Weis
Fotos Jana Gerberding
Styling & Co-Produktion Lorena Maza







Jugendkulturen und deren Stile werden seit Jahrzehnten modisch ausgeschlachtet.

Auch die Selbstentwürfe migrantischer Jugendlicher dienen als Vorlage

Die Sonnenallee im Berliner Stadtteil Neukölln: fünf Kilometer schmutzige Urbanität. Menschengewusel, Autos, blinkende Neonreklamen. Aus einer Shisha-Bar, deren Fußboden mit ausgespuckten Kürbiskernschalen übersät ist, dröhnt arabische Popmusik. Schräg gegenüber auf der anderen Straßenseite befindet sich ein

minimalistisch gehaltener Imbiss, der veganen Fast Food verkauft. Vor beiden Lokalen stehen junge Männer, die rauhend in die Sonnenstrahlen blinzeln. Sie tragen kurz geschorene Haare, kloßige Hightech-Sneakers, Jogginghosen, weiße Sportsocken, Sweatshirts mit Logo-Print, darüber dünne Silberketten und Bomberjacken.

Trotz auf den ersten Blick paralleler ästhetischer Vorlieben verläuft zwischen beiden Gruppen eine auf den zweiten Blick deutlich hervortretende, ethnisch-ökonomische Demarkationslinie: Die Shisha-Bar wird vornehmlich von Jugendlichen und jungen Erwachsenen mit türkischem oder arabischem Migrationshintergrund

besucht, von denen die meisten im Viertel aufgewachsen sind. Statistisch hat jeder fünfte von ihnen die Schule ohne Abschluss verlassen, jeder dritte lebt vom Amt. Das Angebot des veganen Schnellrestaurants richtet sich dagegen an gut ausgebildete Westeuropäer und Nordamerikaner der Mittel- und Oberschicht, die den Bezirk erst vor wenigen Jahren für sich entdeckt haben.

Diese junge, globalistisch geprägte Künstlerbohème findet nicht nur Gefallen an der vermeintlichen Authentizität des sozialen Brennpunkts Neukölln, sondern auch an Stil und Habitus seiner das Straßenbild prägenden Figuren. Sie übernehmen deren Vorliebe für bestimmte Marken und Silhouetten, imitieren ihre Art zu gehen und nennen sich gegenseitig scherzhaft „Brudi“, in Anlehnung an den türkischstämmigen Rapper Haftbefehl.

Die Aneignung subkultureller Stilcodes, zunächst durch die Avantgarde und anschließend durch den Mainstream, ist nichts Neues. Indie-, Punk- oder Gothic-Zitate gehören seit Jahrzehnten zum festen Repertoire des Systems Mode. Das Ringen um immer neue Konsumangebote lässt Trendscouts und Designer noch in den abgelegensten Winkeln nach unverbrauchten Styles fahnden, um diese unverhohlen abzukupfern. Jugendkulturen haben kein Copyright. Im Licht aktueller Diskurse zu Integration, Identität und sozialer Ungleichheit wirft der Modehype um die Selbstdarstellungstechniken migrantischer Jugendlicher jedoch in verschärfter Weise ethische und politische Fragen auf.

STIL ALS KULTURELLE KRIEGSFÜHRUNG

In Forschung und Mythos gibt es zwei divergierende Auffassungen vom Wesen der Mode: Während die einen sie als diejenige kulturelle Praxis loben, die am schnellsten und pointiertesten auf gesellschaftliche Wandlungsprozesse reagiert, schmähen die anderen sie als unstetes, nimmersattes Krakenungetüm, das nicht rastet,

bevor es noch der letzten relevanten Lebensäußerung die Kraft ausgesaugt hat.

Anhand der Kommerzialisierung jugendkultureller Stilpraktiken seit dem letzten Drittel des 20. Jahrhunderts lassen sich beide Aspekte der Mode aufzeigen. In positivem Sinne ist die Verbreitung radikaler Ästhetiken ein Ausdruck steigender gesellschaftlicher Liberalität und Diversität. Als der britische Designer Paul Smith Anfang der 1980er-Jahre den Herrenanzug revolutionierte, ließ er sich dafür von der lässigen, hedonistischen Haltung der britischen Mods inspirieren. Seine Modelle trafen den Zeitgeist und können als Versinnbildlichung der steigenden Durchlässigkeit von Klassengrenzen, der Aufweichung konservativer Geschlechterbilder und der zunehmenden Vermischung der Bereiche Arbeit und Freizeit in dieser Dekade gelesen werden.

Auf der anderen Seite dient die allgemeine Verbreitung subkultureller Stilelemente immer auch deren Entschärfung als Instrumente gesellschaftlicher Kritik. Der Medientheoretiker Dick Hebdige beschreibt am Beispiel Punk die Verwandlung subkultureller Zeichen in Konsumobjekte als einen Akt der ideologischen Vereinnahmung. Indem die Mainstream-Mode „ehemals abweichende Regelbrecher als unterhaltsames Schauspiel“ vorführt, wird ihr Protest zu einer inhaltslosen Pose gemacht.

Die produktive Selbstinszenierung spielt in allen jugendkulturellen Bewegungen eine zentrale Rolle. Für migrantische Jugendliche hat der Entwurf und die Darstellung einer selbstbestimmten Identität jedoch besondere Bedeutung, da diese nicht nur um Abgrenzung vom Elternhaus bemüht sind, sondern zudem in ihrem Alltag häufig mit Stigmatisierung und Diskriminierung konfrontiert werden. Ästhetik, Stil und Zeichen ermöglichen es, sich als Teil einer – realen oder imaginierten – Gruppe zu definieren und Sichtbarkeit im

öffentlichen Raum zu produzieren. Bei allem Spielerischen, das der Mode als Kommunikationsmedium anhaftet, ist das auch ein politischer Prozess.

VOM GHETTO ZUR PSYCHOGEOGRAFIE

Fremdheit, so schrieb der Philosoph und Soziologe Georg Simmel bereits Anfang des 20. Jahrhunderts, ist keine Eigenschaft von Menschen oder Dingen, sondern eine Eigenschaft, die innerhalb sozialer Beziehungen zugewiesen wird. Die Kulturanthropologin Levent Soysal bemerkt, dass migrantische Jugendliche weniger von der Kultur ihrer Herkunftsländer geprägt seien, als von der Erfahrung der Transnationalität. Wer sich nirgendwo richtig akzeptiert fühlt, muss sich nicht mühsam von der Gesellschaft abgrenzen. Die Herausforderung besteht vielmehr in der Konturierung und aktiven Beanspruchung selbstbestimmter urbaner Identitäten, die den eigenen sozialen Erfahrungen eine Form verleihen.

Auf der Suche nach positiv besetzten Identifikationsvorbildern bietet insbesondere die US-amerikanische Hip-Hop-Kultur ein reichhaltiges Arsenal interessanter Figuren. Anders als Punk, der die gesellschaftliche Randposition glorifiziert, stellt Hip-Hop eine Kultur der ethnisch unfreiwillig Ausgegrenzten dar. Die Subkulturforscherin Verda Kaya schreibt, dass migrantische Jugendliche sich die in der Punk-Szene übliche Kokettierung mit Armut „als symbolische Verlierergeste“ nicht erlauben können. Stattdessen fühlen sie sich von Stereotypen wie Gangstern, Playern oder Hustlern angesprochen, die Stärke ausstrahlen und mit teuren Statussymbolen wie Markenkleidung und Schmuck glänzen.

Aber Neukölln ist nicht Harlem. Man könnte argumentieren, dass die Selbstidentifikation westeuropäischer Migrantenkinder mit afroamerikanischen Ghetto-Kids selbst eine Form der unrechtmäßigen kulturellen Aneignung darstellt. Der Soziologe George Lipsitz ist jedoch

der Meinung, dass eine Übernahme bereits vorgefertigter kultureller Bilder als Selbstermächtigungsgeste verstanden werden muss, wenn es sich bei den Akteuren selbst um eine marginalisierte Gruppe handelt. Hip-Hop und insbesondere die Männlichkeit und Aggressivität verherrlichende Ikonografie des Gangster-Raps bieten migrantischen Jugendlichen die Möglichkeit, „mehr zu sein“ als das, was ihnen von der Gesellschaft zugestanden wird.

Der Kulturanthropologe Arjun Appadurai schlägt vor, die Klassifizierung ästhetischer Phänomene nach Herkunft oder Nationalstaatlichkeit durch transnationale kulturelle Felder wie Ethnoscapes, Mediascapes, Technoscapes und Ideoscapes zu ersetzen. Die Verwendung spezifischer Zeichenrepertoires bietet marginalisierten Jugendlichen die Möglichkeit, sich nicht nur als Mitglieder einer globalen Stilgemeinschaft, sondern als Teil einer globalen Kultur zu markieren.

Die selbststigmatisierende Übernahme von Fremdzuschreibungen ist dabei eine Technik der kulturellen Notwehr: Wenn der Rapper Bushido sich selbst als „Prototyp, Nemesis, Araber, Taliban“ bezeichnet, spielt er geschickt mit potenzieller Gefährlichkeit und nimmt gleichzeitig bürgerliche Ängste aufs Korn. Deutsche Kanaken, britische Chavs, französische Racistes oder osteuropäische Gopniki stellen lokale Variationen desselben Grundtypus dar: perspektivlose Jugendliche, die von der breiten Öffentlichkeit bestenfalls als halbstarke Kleinkriminelle wahrgenommen werden. Durch Ästhetisierung und Stil schaffen sie sich eigene kulturell produktive Handlungsräume, die ihrem Wunsch nach Teilhabe und Bedeutung Ausdruck verleihen.

URLAUB IN DER UNTERSCHICHT

Die Sichtbarkeit auffälliger oder andersartiger Jugendlicher im Straßenbild wird von Mitgliedern der Mainstream-Kultur oftmals als

verstörend oder sogar bedrohlich empfunden. Folgt man Hebdiges Argumentationsweise, hat die Gesellschaft ein Interesse daran, das Irritationspotenzial dieser Regelbrecher zu nivellieren, indem sie ihnen den Platz von Witzfiguren zuweist. Häufig kommen dabei schichtspezifische, rassistische oder pathologisierende Ausgrenzungsmuster zum Einsatz. Wie der Popkultur-Forscher Moritz Ege beschreibt, wird das Konsumverhalten statusorientierter Jugendlicher, die Vorliebe für Markenkleidung mit auffälligen Logos, das Tragen von Ketten und Brillantohrringen, das Protzen mit den neuesten technischen Geräten, oftmals als „unsinniges Verhalten“ abgelehnt. Gängige Verunglimpfungen der eingangs beschriebenen Bekleidungspraxis als „Proll-“, „Asi-“ oder schlicht „Türkenstyle“ zeigen den be- und entwertenden Charakter solcher Kategorisierungen.

Problematisch wird es, wenn diese Codes ironisch als „Modegag“ aufgegriffen werden, von Personen, deren Lebenskontexte, Erfahrungen und Anliegen ganz andere sind. Der Modejournalist Aleks Eror beschreibt das treffend als „Klassentourismus“: Eine zynische Fetischisierung von Armut durch wohlhabende Westeuropäer, die das Privileg besitzen, diese Rolle wieder abzulegen, wenn sie nicht mehr cool ist. Er fragt sich, wann der erste Designer die orange-farbenen Schwimmwesten der nordafrikanischen Bootsflüchtlinge als provokatives Fashion-Statement auf dem Laufsteg zeigen wird.

Der vor allem im englischsprachigen Raum geführte Diskurs um Cultural Appropriation (siehe auch Seite 195) bewertet die Übernahme kultureller Praktiken sozial marginalisierter Gruppen durch privilegierte Mitglieder der weißen Dominanzkultur als Ausdruck von hegemonialer Macht, der eher der Festschreibung denn der Auflösung sozialer Ungleichheiten diene. Dass diese Diskussion in Deutschland (noch) nicht mit derselben Vehemenz geführt wird,

zeigt auch die immer noch vorherrschende Zurückhaltung, migrantisch geprägte, urbane Kulturen als bedeutungsvoll anzuerkennen.

In der Zwischenzeit geht der Verdrängungskampf auf der Neuköllner Sonnenallee weiter. Eine Zwei-Zimmer-Altbauwohnung kostet hier mittlerweile 1.000 Euro Miete. Wenn die Gäste der Shisha-Bar die elterlichen Wohnungen verlassen wollen, müssen sie in ein anderes Viertel ziehen. Ihre modischen Doubles auf der anderen Straßenseite werden dem Kiez wohl in ebenfalls ein paar Jahren aufgrund „zu kommerziell“ den Rücken kehren – auf der Suche nach der nächsten Bastion vermeintlich authentischen Lebens.

Literatur

Appadurai, Arjun "Disjuncture and Difference in the Global Cultural Economy", in: Featherstone, Mike (Hg.): *Theory, Culture & Society*, Ausgabe 7, London 1990

Bezirksamt Neukölln (Hg.) Sozialbericht Neukölln. Zur sozialen Lage der Bevölkerung 2016

Ege, Moritz Ein Proll mit Klasse. Mode, Popkultur und soziale Ungleichheit unter jungen Männern in Berlin, Campus Verlag, Frankfurt a.M./New York 2013

Eror, Aleks Is Post-Soviet Fashion Ethically problematic? [URL: highsnobity.com/2017/02/01/post-soviet-fashion-trend-zuletzt-abgerufen-am-16.2.2017/]

Hebdige, Dick *Subculture. The Meaning of Style*, Routledge, London 1979

Lipsitz, George *Dangerous Crossroads. Popular Music, Postmodernism and the Poetics of Place*, Verso, London/New York 1994

Soysal, Levent *Diversity of Experience, Experience of Diversity. Turkish Migrant Youth Culture in Berlin*, New York 2001

Verda, Kaya *Hip-Hop zwischen Istanbul und Berlin. Eine (deutsch-)türkische Jugendkultur im lokalen und transnationalen Beziehungsgeflecht*, Bielefeld 2015



Youth cultures and their styles have been exploited by fashion for decades. Even the self-representation of migrant youths serves as a template

The Sonnenallee in the Berlin district of Neukölln: five kilometers of grimy urbanity. Bustling crowds, cars, blinking neon signs. Arabic pop music blares out of a hookah bar, the floor of which is littered with spit-out pumpkin seeds. Kitty-corner across the street there is a minimalist takeout restaurant that sells vegan fast food. Young men stand outside both places squinting in the sun and smoking. They have short hair, wear clunky high-tech sneakers, sweatpants, white athletic socks, sweatshirts with logos and silver chains and bomber jackets on top of those.

Despite the parallel aesthetic preferences seen at first glance, at a second glance a pronounced ethnic-economic line of

demarcation runs between the two groups: the hookah bar is primarily visited by youths and young adults with Turkish or Arabic migrant backgrounds, most of whom grew up in the neighborhood. Statistically, one-in-five of them left school without graduating and one-in-three are on the dole. The vegan fast food restaurant, on the other hand, caters to well-educated Western Europeans and North Americans of the middle and upper class who have only discovered the district for themselves within the past few years.

This young bohemian artist culture characterized by globalization does not just take pleasure in the presumed authenticity of social-flashpoint-Neukölln, but also in the style

and manner of the figures that populate the scene on the street. They adopt their preferences for particular brands and their bearing, imitate the way they walk and call each other "B r u d i" jokingly (roughly equivalent to B r o'), in the style of the Turkish rapper, Haftbefehl.

The appropriation of subcultural style codes, first by the avant-garde and then by the mainstream is nothing new. Indie, punk and gothic quotations have been part of the fixed repertoire of the fashion system for decades. The relentless struggle for new consumer products leads trend scouts and designers to hunt down fresh styles in the most remote corners and unabashedly plagiarize them. Youth cultures have no copyright. However, in light of the current discourse on integration, identity and social inequality, the fashion hype over the image cultivation techniques of migrant youths poses harsh ethical and political questions.

STYLE AS A MEANS OF WAGING CULTURAL WAR

In research and myth there are two divergent notions of the nature of fashion: while one praises it as the cultural practice that reacts fastest and most incisively to the processes of social change, the other mocks it as an erratic, insatiable kraken monstrosity that will not rest until it has sucked the vitality out of every last relevant manifestation of life. Both of these aspects of fashion can be pointed to in the commercialization of the style practices of youth culture since the latter third of the 20th century. In a positive sense, the dissemination of radical aesthetics is an expression of increasing societal liberalism and diversity. When the British designer, Paul Smith, revolutionized men's suits at the beginning of the 1980s, he was inspired by the loose, hedonistic attitude of the British mods. His models were attuned to the zeitgeist and can be read as the epitome of the increasing permeability of class boundaries, the softening of the conservative concept of gender and the increasing blending of the worlds of work and leisure in this decade.

On the other hand, the general dissemination of subcultural styles also always serves to disarm their power as instruments of social criticism. The media theorist, Dick Hebdige, using the example of punk, describes the transformation of subcultural signs into consumer objects as an act of ideological appropriation. By presenting "former deviant rule-breakers as an entertaining spectacle," mainstream fashion transforms their protests into empty posturing.

Productive self-presentation plays a central role in all youth culture movements. But the creation and presentation of a self-determined identity has a special meaning for migrant youths because they are not only eager for demarcation from their parental homes, but additionally are frequently confronted with stigmatization and discrimination in their everyday lives. Aesthetic, style and signs make it possible for them to define themselves as part of a group – real or imagined – and to manufacture visibility in public space. As with everything

playful inherent in fashion as a medium of communication, this is a political process.

FROM GHETTO TO PSYCHOGEOGRAPHY

Foreignness, as philosopher and sociologist Georg Simmel wrote at the beginning of the 20th century, is not a characteristic of people or things, but rather a characteristic that is assigned within social relationships. The cultural anthropologist, Levent Soysal, observed that migrant youths are less influenced by the culture of their countries of origin than by the experience of transnationality. Someone who never feels truly accepted anywhere does not have to expend much effort to isolate him- or herself from society. The challenge consists much more in delineating and actively claiming a self-determined urban identity that gives form to one's own social experiences.

Searching for well-regarded role models to identify with, American hip-hop culture in particular offers an extensive arsenal of interesting figures. Unlike punk, which glorifies a position on the margins of society, hip-hop culture represents a culture of the involuntarily ethnically excluded. The subculture scholar, Verda Kaya, writes that migrant youths cannot afford the flirtation with poverty "as the symbolic gesture of the loser" that is typical in the punk scene. Instead, they feel stereotypes like gangsters, players and hustlers speak to them because they exude strength and dazzle with expensive status symbols like brand name clothing and jewelry.

But Neukölln is not Harlem. It could be argued that the self-identification of Western European migrant children with African American ghetto kids itself represents a form of wrongful cultural appropriation. However, sociologist, George Lipsitz is of the opinion that the adoption of ready-made cultural images must be understood as gestures of self-empowerment, when the agents themselves are a marginalized group. Hip-hop and, in particular, the iconography of gangster rap, glamorizing masculinity and aggressiveness, offers migrant youths the opportunity "to be more" than what their society designates for them.

The cultural anthropologist, Arjun Appadurai, suggests replacing the classification of aesthetic phenomena according to origin or nation state with transnational cultural fields like Ethnoscapes, Mediascapes, Technoscapes and Ideoscapes. The use of specific repertoires of signs offers marginalized youths the opportunity to identify themselves not only as members of a global style community, but also as part of a global culture.

The self-stigmatizing adoption of others' attributions is a method of cultural self-defense: When the rapper, Bushido, describes himself as "prototype, nemesis, Arab, Taliban," he cleverly plays with danger and at the same time lampoons bourgeois fears. German Kanake, British Chavs,

French Racaïlles and Eastern European Gopniki represent local variations of the same basic type: youths with no prospects who at best are regarded as rowdy teens and small-time criminals. Through aestheticization and style they create their own culturally productive spaces in which to maneuver, that lend expression to their desire for participation and significance.

VACATION IN THE UNDERCLASS

The visibility of conspicuous or different youths in the street scene is often perceived as disturbing or even threatening by members of the mainstream culture. Following Hebdige's line of argument, society has an interest in leveling the irritation potential of these rule-breakers by assigning them the position of clowns. Often class-specific, racist or pathologizing patterns of marginalization are employed. As the pop-culture scholar, Moritz Ege, describes, the consumer behavior of status-oriented youths, the preference for brand-name clothing with flashy logos, wearing chains and diamond earrings, showing off the latest technological gadgets, are often dismissed as "senseless behavior." Common insults for the clothing practice described above like Proll, Asi or just Türkenstyle show the judgmental and demeaning character of such categorizations.

It becomes problematic when these codes are picked up ironically as a "fashion joke" by people whose life contexts, experiences and concerns are completely different. The fashion journalist, Aleks Eror, describes this appropriately as "class tourism," a cynical fetishization of poverty by wealthy West Europeans who possess the privilege of dropping this role once it is no longer cool. He wonders when the first designer will present the orange lifejacket worn by North African boat refugees on the runway as a provocative fashion statement.

The discourse of Cultural Appropriation (see also page 195) that is conducted mainly in the English-speaking world interprets the adoption of cultural practices of socially marginalized groups by privileged members of the dominant white culture as an expression of hegemonic power, which serves more the fortification than the dissolution of social inequalities. That this discussion is not (yet) conducted with the same vehemence in Germany also shows the still prevalent reluctance to recognize an urban culture populated by migrants as significant.

In the meantime the battle of suppression continues on Neukölln's Sonnenallee. A one-bedroom apartment in an old building now rents for 1,000 Euros per month here. If the patrons of the hookah bar want to leave their parental apartments, they will have to move into another neighborhood. Their fashion doubles on the other side of the street will also turn their backs on the neighborhood in a couple of years because it is "too commercial" – to look for the next bastion of supposedly authentic life.

References

- Appadurai, Arjun** "Disjuncture and Difference in the Global Cultural Economy," in: *Theory, Culture & Society* 7 (1990)
- Neukölln District Office (ed.):** *Neukölln Social Report. On the social conditions of the population, 2016*
- Ege, Moritz** *Ein Proll mit Klasse. Mode, Popkultur und soziale Ungleichheit unter jungen Männern in Berlin, Frankfurt a.M. / New York, 2013*
- Erer, Aleks** "Is Post-Soviet Fashion Ethically Problematic?", in: *High Snobiety*, February 2nd, 2017, accessed February 16th, 2017, [URL: <http://highsnobiety.com/2017/02/01/post-soviet-fashion-trend.html>, last call 16.2.2017]
- Hebdige, Dick** *Subculture. The Meaning of Style*, London, 1979
- Lipsitz, George** *Dangerous Crossroads. Popular Music, Post-modernism and the Poetics of Place*, London / New York, 1994
- Soysal, Levent** *Diversity of Experience, Experience of Diversity. Turkish Migrant Youth Culture in Berlin, New York, 2001*
- Kaya, Verda** *Hip-Hop zwischen Istanbul und Berlin. Eine (deutsch-)türkische Jugendkultur im lokalen und transnationalen Beziehungsgeflecht*, Bielefeld, 2015