

Sabine Berthold (Institut für deutsche Literatur, HU Berlin)

Surf (for) your life.

Grenzerfahrung und Körperkultur in Adoleszenzromanen

I. Einleitung

Der jugendliche Körper – in größtmöglicher Perfektion – ist ein Leitbild moderner Gesellschaften. In der Werbung begegnet uns die Inszenierung des perfekten jugendlichen Körpers alltäglich und wird mit dem Versprechen von Potenz und Virginität verknüpft.¹ Neu an der gegenwärtigen Inszenierung von Körperlichkeit sind jedoch die Möglichkeiten, selbst massiv Einfluss auf seinen Körper zu nehmen. Die Verantwortung, die wir für unseren Körper haben, kann dabei auch zum Zwang werden – denn gesellschaftliche Reputation korrespondiert zunehmend mit Techniken der Körperinszenierung- und -modellierung, wie am Beispiel von Bodybuilding und Schönheitschirurgie deutlich wird. Die Modellierung des eigenen Körpers verspricht aber nicht nur gesellschaftliche Anerkennung, sondern provoziert auch Widerspruch. Der Eingriff in den eigenen Körper zwecks Optimierung der Schönheit scheint unser Bild vom Selbst grundlegend zu berühren. Es geht dabei in zentraler Weise um Konzepte von „Echtheit“, „Authentizität“ und „Realness“, die durch chirurgische Veränderungen am Körper in Frage gestellt werden.² In meinem Beitrag soll es um die folgenden Überlegungen gehen: 1.) um die Opposition von *Echtheit* und *Inszenierung* von Körperdarstellungen in der Jugendliteratur; 2.) um die Kontrastierung von *Konsum-* und *Risikokörper* als geschlechtsspezifische Inszenierungsstrategien. Thema des ersten Teils sind Körperinszenierungen in sog. *Shoppingromanen* – in diesen Romanen steht der *Konsumkörper*, also die Inszenierung des Körpers in der Konsumgesellschaft, im Mittelpunkt. Im zweiten Teil folgen Überlegungen zur Thematisierung von Körperlichkeit in Jugendromanen zum Thema Extrem- und Risikosport – im Anschluss an Karl-Heinrich Bette möchte ich hier von der literarischen Darstellung des „Risikokörpers“³ sprechen. Die Opposition von *Extremshopping* und *Extremsport* ist in der Jugendliteratur mit geschlechtsspezifischen Zuschreibungen und Adressaten verknüpft: denn während sich Shoppingromane an eine weibliche Zielgruppe richten, sind Jugendromane zum Thema Extremsport primär an männliche Ju-

¹ Vgl. Ullrich (2006).

² Vgl. Schroer (2005) und Gaugele/Reiss (Hg.) (2003).

³ Vgl. Bette (2005).

gendliche adressiert. In beiden Fällen – in Jugendromanen zum Thema Extremsport und -shopping – wird der Körper als ein Medium hedonistischer Selbstinszenierung dargestellt, wie zu zeigen sein wird. Mein Eindruck ist, um es schon mal vorwegzunehmen, dass in beiden Genres traditionelle Geschlechtszuschreibungen und Rollenbilder eine Neuauflage erfahren – das ist nicht nur auf der inhaltlichen Ebene erkennbar, sondern gleichermaßen in der Produktpolitik (Titelgestaltung) und den Marketingstrategien (z.B. Mädchenliteratur-Reihen) der Verlage. Ungeachtet der Diskussion um (postmoderne) hybride Gender-Konzepte und Identitäten lässt sich hier eine Renaissance der Inszenierung polarisierter Männlichkeit und Weiblichkeit mit konventionellen Attributen feststellen. Kurz gesagt: in Shoppingromanen werden konventionelle Weiblichkeitsbilder wiederbelebt, werden klassische Schönheitsideale gefeiert. Auch Jugendromane und -filme zum Thema Extremsport beschwören nahezu archaische Bilder von Männlichkeit, die ritualistisch gefeiert werden – als hätte es die Postmoderne-Diskussion nie gegeben. Körperlichkeit spielt bei diesen Gender-Inszenierungen eine zentrale Rolle. In „ausdifferenzierten Körperpraxen und im schnellen Modewechsel“ (...) fungiert der Körper als „letzter Rückzugsort für das Selbst“ und als „Medium jugendkultureller Darstellung und Abgrenzung“⁴. Körper und Kleidung spielen gleichermaßen eine wichtige Rolle in diesen „sozioästhetischen Verkörperungspraktiken“ im Sinne einer „Body-Fashion“.⁵ Ob es sich bei der Inszenierung polarisierter Männlichkeit und Weiblichkeit um eine Reaktion auf eine Verunsicherung in Bezug auf Gender-Identitäten handelt, die sich nun auch in der Jugendliteratur manifestiert, oder ob es Teil der Marketingstrategien der Verlage ist, polarisierte Gender-Identitäten zu inszenieren und zu vermarkten, sei hier dahingestellt.

II. Konsumkörper: Körperinszenierungen in Shoppingromanen

Zunächst ein paar kurze Stichpunkte zur Beziehung von Körper und Konsumgesellschaft. Unter dem Begriff *Konsumkörper* sollen Modellierungen und Umformungen des Körpers gemäß der Schönheitsideale in der Konsumgesellschaft verstanden werden. Kennzeichnend für das, was man als Konsumgesellschaft bezeichnet, ist, dass alle zwischenmenschlichen Beziehungen nach dem „Muster und Vorbild der Beziehungen zwischen Konsumenten und ihren Konsumobjekten umgestaltet werden“⁶, wie etwa Zyg-

⁴ Gaugele/ Reiss (2003), S 9.

⁵ Gaugele/ Reiss (2003), S 9.

⁶ (Baumann, (2009), S. 19.

munt Baumann hervorhebt. Da harte körperliche Arbeit, so Baumann weiter, zumindest in westlichen Industrienationen immer seltener wird, wird der Körper freigesetzt für andere Betätigungen, die dem Körper zugleich auch eine andere Bedeutung zuweisen. So stellt Baumann einen Perspektivenwechsel in Bezug auf den Umgang mit Körperlichkeit fest: „Statt der Arbeit mit dem Körper haben wir es heute verstärkt mit der Arbeit am Körper zu tun.“⁷ Auf den ersten Blick könnte man meinen, dass hier der leidende und durch harte körperliche Arbeit veränderte Körper durch einen befreiten und erlösten Körper ersetzt wird, durch einen „happy body“⁸. Doch in den Shoppingromanen wird die Doppelbödigkeit des inszenierten *happy body* schnell deutlich. Man gewinnt den Eindruck, dass es darum geht, ein asketisch konnotiertes Gegenmodell zum hedonistischen *happy body* zu inszenieren, dass die inneren Werte letztendlich doch gegen die materiellen Werte ausgespielt werden. Die Romane – dies betrifft im besonderen Maße die spezifische Jugendliteratur – haben dabei eine paradoxe Handlungsstruktur: denn auf der einen Seite bieten sie einen Leitfaden zum perfekten Shopperlebnis, inszenieren konsumistische Träume weiblicher Shopaholics und laden damit zu einer identifikatorischen Lektüre ein. Auf der anderen Seite wird jedoch in den Deutungsmustern und Sinnangeboten der Romane unterschwellig eine Angst vor einer konsumistischen und hedonistischen Freiheit zum Ausdruck gebracht – es handelt sich dabei gewissermaßen um eine eingebaute Spaßbremse, die eng mit den konsumkritischen Konventionen des kinder- und jugendliterarischen Symbol- und Handlungssystems zusammenhängt und deutlich macht, dass gerade in der spezifischen Jugendliteratur das Motiv der didaktisch motivierten Konsumerziehung eine nicht zu unterschätzende Rolle spielt. Im Kontrast dazu fällt auf, dass erwachsenenliterarische Shoppingromane – bspw. von der Bestseller-Autorin Sophie Kinsella – den Aspekt der Konsumerziehung allenfalls in Hinblick auf Komikerzeugung integrieren – so etwa, wenn die Protagonistin verzweifelt versucht, sich selbst einer (natürlich zum Scheitern verurteilten) Konsumerziehung zu unterziehen. Extremshopping als Thema der spezifischen Jugendliteratur muss also nach wie vor legitimiert und mit moralisch motivierten Gegenkonzepten verknüpft werden. Dennoch stellen die Romane Konsumerlebnisse in einer solchen Breite dar, dass jugendliche Leserinnen die Möglichkeit zu einer identifikatorischen Lektüre erhalten – das konsumerzieherische Finale kann man ja zur Not einfach überlesen. Meine These ist daher, dass in jugendliterarischen Shoppingromanen die Ambivalenzen der Konsumgesellschaft, das Hin- und

⁷ Baumann, (2009) S. 14.

⁸ Schroer (2005), S. 19.

Hergerissensein zwischen der Lust am Shopping und der konsumkritischen Ablehnung des Einkaufserlebnisses deutlich wird, während sich die anvisierte weibliche Zielgruppe wohl mehrheitlich in ihrer Einstellung zum Konsum längst (für den Konsumkick) entschieden hat. Shoppingromane erleben derzeit – und zwar sowohl in der Erwachsenenliteratur als auch in der spezifischen Jugendliteratur – einen regelrechten Boom. Sie sind durch das generationsübergreifend faszinierende Thema Shopping auch als All-age-Literatur zu kennzeichnen. In diesen Romanen werden Körperpraxen an der „Schnittstelle zur Kommerzialisierung“⁹ inszeniert. Die Darstellung von Konsum und Warenästhetik folgt dabei einer Logik der Distinktion, denn über den schnellen Modewechsel können sich die jugendlichen Figuren von anderen Milieus und insbesondere von der Erwachsenengeneration abheben. Shoppingromane spiegeln das höchst unterschiedliche Konsumverhalten von Männern und Frauen wider, wie es von der Konsumsoziologie seit einigen Jahren erforscht wird. Denn während Männer tendenziell eher zielorientiert einkaufen und sich lieber in der Technik- als der Modeabteilung aufhalten, lassen sich Frauen beim Einkaufen lieber treiben. Shopping ist für sie wie Tagträumen, man kann sich selbst ausprobieren und alternative Biografien entwerfen. Der Weg ist das Ziel, auch wenn es sich um einen Weg auf High-heels über Rolltreppen handelt. In der Konsumsoziologie unterscheidet man daher zwischen dem zielgerichteten *Buying*, das kennzeichnend für das Kaufverhalten männlicher Konsumenten ist, und dem flaneurhaften *Shopping*, das als weibliches Konsumverhalten identifiziert wird. Worum es in diesen Romanen zunächst geht, ist schon auf den Titelbildern deutlich erkennbar. Es geht um hedonistischen Konsum, um Extremshopping und Formen der Selbstinszenierungen, die eng mit Markeninszenierungen verknüpft werden. Extremshopping trifft den Sachverhalt aber auch aus dem Grund, weil auch die Kehrseite des hedonistischen Konsums eine wichtige Rolle spielt – die Angst nämlich, sich zu verschulden und damit sozial abzustiegen. Kaufsuchtgefährdung und Kaufsucht sind die Kehrseite des Shopping in den von mir untersuchten Jugendromanen. Die implizit oder explizit genannten Gründe lassen sich folgendermaßen zusammenfassen:

- 1.) kompensatorisches, identitätsstiftendes Konsumverhalten
- 2.) durch Werbung geförderte Bedürfnisse nach bestimmten Konsumgütern, die Exklusivität und Anerkennung versprechen

⁹ Gaugele/ Reiss (2003), S. 9.

- 3.) Bargeldloser Zahlungsverkehr und Zahlen mit Kreditkarten (Sophie Kinsellas Bestsellerroman *Confessions of a Shopaholic* beginnt bezeichnenderweise mit den Mahnungen des Kreditinstituts, die die Protagonistin ungelesen in den Papierkorb wandern lässt).
- 4.) Paradoxerweise führt auch Druck in der Arbeitswelt zu verstärktem Konsum. Anders gesagt: Wer kein Geld verdient oder Angst hat, seinen Job zu verlieren, kann besonders kaufsuchtgefährdet sein.

Aufstiegs- und Abstiegsphantasien- und -ängste sind damit gleichermaßen Thema der Shoppingromane, ganz im Sinne von Bourdieus Theorie der feinen Unterschiede. In den Romanen werden Körperinszenierungen im Sinne von Verführungstechniken, von Rules of Attraction, dargestellt. Interessant an diesen programmatischen Titelbildern ist, dass weitgehend auf die Darstellung des Gesichts verzichtet wird. Wir sehen Ausschnitte des Körpers, der Blick wird auf die Requisiten und Attribute der Verführung gelenkt: das rote Kleid, die roten High-heels, die obligatorische Sonnenbrille. Hier wird bereits deutlich, dass Identitätsbildung über Techniken des Body-Styling angestrebt wird. Nicht das Gesicht wird als Ausweis von Identität gesehen, sondern die Kleidung im Sinne des Self-Fashioning. Es sind die Dinge, die hier eine „Porträtfunktion“ (Wolfgang Ullrich) in der postmodernen Erlebnisgesellschaft erlangen. Da im Shoppingroman zunächst der Erlebnischarakter der Konsums betont wird, könnte man meinen, dass er zugleich als postmoderner Adoleszenzroman zu kennzeichnen ist. Für diesen ist neben dem Erlebnischarakter auch der hedonistische Konsum kennzeichnend – im Unterschied zur Konsumkritik im modernen Adoleszenzroman. Auch in der Inszenierung der Oberfläche – Medien, Werbung, Musik und Videoclips – scheint der Shoppingroman alle Kriterien des postmodernen Adoleszenzromans zu erfüllen. Das Genre Shoppingroman, das mit seinen prominenten Film-Vorbildern *Sex and the city*, *Der Teufel trägt Prada* und *Confessions of a Shopaholic* bereits auf eine eigene kleine Tradition zurückblicken kann, bekennt sich zur Lust am exzessiven Shopping. Und nimmt die Verschuldungspirale mit einer – zunächst– bestechenden Sorglosigkeit in Kauf. Für die weiblichen Shopaholics scheint es nämlich nur eine Krise zu geben – kein Geld zum Shoppen zu haben. Der Eindruck der Postmoderne hält einer genaueren Betrachtung jedoch nicht stand, wie das Beispiel der Gender-Konstruktionen zeigt. Rollenbilder- und -zuschreibungen werden klar über Mode und Styling geregelt. Raum für die Entfaltung hybrider Geschlechtskonstruktionen gibt es hier nicht. Konsum ist in diesen Romanen

zwar das „Medium einer Kultur des Selbst“ (Norbert Bolz), denn wie in einem Tagtraum lassen sich idealtypische Lebensentwürfe erträumen. Aber diese Entwürfe haben nur ein erklärtes Ziel: die Chancen auf dem Heiratsmarkt zu optimieren. Nur auf der Oberfläche handelt es sich daher um postmoderne Adoleszenzromane, in ihrer ideologischen Ausprägung vermitteln und forcieren sie traditionelle Werte. Und noch etwas wird erst auf den zweiten Blick deutlich: die Tendenz zur *Konsumerziehung*. Die jugendlichen Extremshopper geraten nämlich früher oder später in eine Schuldenfalle, die zur sozialen Isolation führt. Die hedonistische Lust am Shopping wird also mit der Darstellung einer Risikobiografie verknüpft – die Nähe zur Tradition der Warngeschichte ist offensichtlich. Bereits in Bezeichnungen wie „Shopaholic“ und „Confessions of a shopaholic“ manifestiert sich eine zutiefst ambivalente Deutung des Konsums und damit auch der Konsumgesellschaft. Es lassen sich dabei in den Romanen zwei typische Handlungsmodelle ausmachen. Das erste Modell möchte ich *From-Rags-to-Riches* nennen – es lässt sich als Aufstiegsmodell und Wandlungsgeschichte charakterisieren. In diesem Modell leidet eine Protagonistin aus der unteren Mittelschicht bzw. dem sog. Prekariat unter sozialer Exklusion, da sie sich keine teure Markenkleidung leisten kann. Sie schließt sich einer weiblichen Vorbildfigur an – es handelt sich in der Regel um den Star der Clique –, die das Mädchen in die Geheimnisse des Shopping und Styling einweiht. Das vermeintliche Vorbild entpuppt sich jedoch als falsche Freundin und steht für den schönen, verführerischen, aber falschen Schein. Die Erkenntnis, dass es sich nur um Schein und nicht um wahre Werte handelt, folgt schon sehr bald – und sehr schnell setzen Wandlung und Läuterung ein. Beispiele für dieses Modell sind die Romane *Shopaholic. Ein Mädchen im Kaufrausch* von Judy Waite und *Nur noch das rote Kleid* von Susanne Fülcher. Das zweite (weniger häufig vorkommende) Modell verläuft im Prinzip genau umgekehrt – ich möchte es daher das *From-Riches-to-Rags*-Modell nennen. Hier wird die Wandlungsgeschichte eines reichen weiblichen Snobs geschildert – so entdeckt bspw. die jugendliche Protagonistin durch den Aufenthalt im Internat, dass es nicht primär auf materielle Werte ankommt, sondern die Freundschaft und Solidarität einen viel größeren Wert darstellen. Doch auch hier werden Konsum und Freundschaft gegeneinander ausgespielt – als könnte es nur das eine oder andere geben, als sei der Genuss von Shoppingerlebnissen nicht auch ein Event, das nicht zuletzt auch eine gemeinschaftsstiftende Funktion haben kann. Ein Beispiel für das Modell *From-Riches-to-Rags* ist Cora Gofferjés Roman *Shoppingqueen*. Problematisch erscheint mir an beiden Modellen, dass hier vordergründig eine liberale Einstellung gegenüber Konsum darge-

stellt wird, dass sich aber in den Sinnkonstruktionen die pädagogische Tendenz der Konsumerziehung geltend macht. Dass es auch möglich ist, in einem Roman auf überzeugende Weise die Darstellung von jugendkulturellen Konsumkulturen mit der Idee der Freundschaft zu verbinden, zeigt sich m.E. überzeugend in Nick Hornbys Roman *About a boy*, der auf subtile Weise eines deutlich macht: dass manchmal der Kauf eines Markenturnschuhs sinnvoller und wichtiger für die Persönlichkeitsentwicklung sein kann als so manche Debatte über Konsumerziehung, die im Grunde ja nichts anderes als Konsumverzicht meint – und damit unter den Bedingungen der Konsumgesellschaft verlogen ist.

Zwischenfazit

Identitätsstiftung geschieht in Shoppingromanen über die Auseinandersetzung und Inszenierung der Oberfläche im Sinne des Self-Fashioning. Überraschenderweise findet sich hier keine explizite Darstellung von Sexualität, obwohl es um Techniken der Verführung geht. Wenn es zutrifft, was Baumann sagt, dass „körperliche, soziale und psychische Nacktheit heute an der Tagesordnung sind“¹⁰, dann könnte man in den kunstvollen Körper- und Kleidungsinszenierungen auch Strategien erkennen, sein Innerstes durch Techniken des Self-Fashioning unlesbar werden zu lassen. Mode und Styling erhielten dann eine nicht zu unterschätzende Schutz- und Verbergungsfunktion innerhalb der Konsumgesellschaft.

III. Risikokörper: Körperinszenierungen in Romanen zum Thema Extrem- und Risikosport

Während es in Shoppingromanen um die Inszenierung makelloser Schönheit geht, rückt in Romanen mit dem Thema Extremsport etwas anderes in den Vordergrund: die heroisch zur Schau gestellten Sportverletzungen als Ausdruck bestandener Bewährungsproben. Nicht der makellose Körper, sondern der malträtiierte Körper, der körperliche Torturen überstanden hat, wird hier dargestellt.¹¹ Konsum- und Risikokörper – so möchte ich das im Anschluss an die Körpersoziologie nennen –, stellen alternative Inszenierungsstrategien dar. Die Modellierung und Beherrschung des Körpers folgt in beiden Fällen einer Logik der Distinktion. Dabei handelt es sich, wie anfangs erwähnt, auch um

¹⁰ Baumann (2009), S. 10.

¹¹ Vgl. Schroer (2005), S. 35

geschlechtsspezifische Abgrenzungsstrategien. Bei den Autoren der Romane zum Thema Extremsport handelt es sich um eine relativ junge Autorengeneration, die selbst noch eine Affinität zu aktuellen Jugendkulturen haben dürften. Beispiele für diese Romane einer jungen Autorengeneration sind Rusalka Rehs *Asphaltspringer*, der von jugendlichen Traceuren handelt, Kristina Dunkers *Helden der City* oder auch Tim Wintons Adoleszenzroman *Atem*, der das Surfermilieu zum Gegenstand hat. In diesen Romanen, die sich an männliche Adressaten richten, wird in abenteuerlichen Bewährungsproben die souveräne Beherrschung des Körpers zur Schau gestellt. Der Körper wird an die Grenzen seiner physischen wie psychischen Belastbarkeit geführt. Die Mutprobe wird neu interpretiert als einzigartige körperliche Erfahrung. (Wobei man auch hier, ähnlich wie bei den Shoppingromanen, sagen muss, dass es eine eingebaute Spaßbremse gibt. Wo der Extremsport zum Tode führen kann, hat er in der Logik der Romane seine Grenzen. Es gibt also auch hier Anklänge zur Warngeschichte.) Die extremen Abenteuer stehen für ein wildes und intensives Leben in einer weitgehend zivilisierten Gesellschaft. Der hier gezeigte Kick des Extremsports besteht gerade darin, echte Erfahrungen gegen virtuelle Erfahrungen auszuspielen – ohne dabei jedoch auf die Dokumentation der real gemachten Erfahrungen im Internet verzichten zu wollen, wie Karl-Heinrich Bette darstellt: „Die Bewährung im Wagnis braucht Sichtbarkeit – dies erklärt den exzessiven Einsatz von Fotoapparaten und Videokameras, mit denen die Extremen ihre Abenteuer- und Risikoprojekte zu Wasser, zu Lande und in der Luft festhalten und für anschließende kommunikative Weiterverwendungen abspeichern.“¹² Diese Strategien der Sichtbarmachung lassen sich nicht nur auf der Ebene der Jugendkulturen erkennen, sondern gleichermaßen in der literarischen Brechung. So heißt es in *Asphaltspringer*: „Dann haben wir noch eins gemacht: ein geiles Video von unseren Parcourskünsten gedreht. Das steht seitdem im Netz und hatte, als ich letzte Woche nachgesehen hab, 3467 Aufrufe und alle Sterne.“¹³ Die Idee des „Knappen, Riskanten und Besonderen“¹⁴ die für den Extremsport so wichtig ist und in die Ikonographie von Produkten und Lebensstilen überführt wird, spiegelt sich in dem Roman in der Namensgebung. Um zum Ausdruck zu bringen, dass „Parcours“ „so was ist wie Fliegen“¹⁵, geben sich die Mitglieder der Gruppe Vogelnamen: Skylark, Corone, Jay, Dipper und Kittiwake. Sinnfindung und expliziter Körper- und Sinneseinsatz werden dabei in einem direkten Verwei-

¹² Bette (2005), S. 303.

¹³ Reh (2010), S. 201.

¹⁴ Bette (2005), S. 269.

¹⁵ Reh (2010), S. 14.

sungszusammenhang gesehen:

Parcours macht dich frei, weil du alles, was rumsteht, Bauzäune, Mauern, Mülleimer, Garagen meinetwegen, das ganze Zeug eben, überspringst. Du machst keine Umwege. Du lässt dich nicht aufhalten von irgendwas. Du steckst so total in deinem Körper, stellst deinen Kopf auf leer und gleichzeitig irgendwie auf alles, ja, auf alles, und dann weißt du's. Du weißt, was dran ist. Du reagierst auf jedes Ding, das vor dir auftaucht. Und dann: Passement. (16)

Gerade das sinnfreie Moment der sportlichen Aktivitäten wird dabei paradoxerweise zum Sinngaranten. Das Zitat macht darüber hinaus auch die Rolle der Intuition deutlich. Über die intuitive Körperkompetenz funktioniert der Abgrenzungsgestus gegenüber der Erwachsenengesellschaft. In einer Gesellschaft, in der der Körper in vielen Bereichen an Bedeutung verloren hat, Primärerfahrungen durch Sekundär- und Tertiärerfahrungen überlagert werden, vermittelt der Abenteuersport eine neue, vereinfachte Körpererfahrung- und -wahrnehmung. Durch diese, so Bette, werden „Authentizitäts-, Natürlichkeits- und Lebendigkeitsgefühle“¹⁶ generiert. In der (Jugend-)Literatur gibt es unterschiedliche Modelle der Darstellung des Extrem- und Risikosports. Im Adoleszenzroman wird die körperliche Grenzerfahrung als Differenzenerfahrung markiert – gegenüber gesellschaftlichen Konventionen und der Elterngeneration. Ein Beispiel dafür ist Tim Wintons Roman *Atem*, in dem die körperliche Extremerfahrung des *Big Wave Surfing* die Eltern- und Jugendgeneration entzweit. Das Ruhebedürfnis der Elterngeneration – bezeichnenderweise ist die Lieblingsbeschäftigung des Vaters Angeln – kollidiert mit dem Hunger auf Extremerfahrungen der Jugendgenerationen. Risikobereitschaft der Jungen und Sicherheitsbedürfnis der Alten führen zum Bruch der Generationen. Der Kern der Faszination für das *Big Wave Surfing* wird dabei in einer „Ökonomie der Verausgabung“¹⁷ gesehen, einem heroischen Kräftenessen mit den Gewalten der Natur, des Meeres: Der Alltagskörper wird in einen „Risiko- und Leidenskörper“¹⁸ transformiert. Die Ökonomie der absoluten Verausgabung hat dabei eine paradoxe Struktur: zwischen intensivem Lebendigkeitsgefühl und erlittener Todesnähe; zwischen Kontrolle des Körpers und dem einkalkulierten Kontrollverlust; zwischen Individualität und dem Eingebundensein in die Schicksals- und Passionsgemeinschaft der Surfer; zwischen der Malträtierung des Körpers und der Feier der Schönheit des Körpers. Als mo-

¹⁶ Bette (2005), S. 297.

¹⁷ Vgl. Bette (2005), S. 297.

¹⁸ Bette (2005), S. 309.

derne Märtyrer gewinnen die männlichen Figuren ihren Sexappeal gerade durch den schonungslosen Einsatz des Körpers. Die in Wintons Roman dargestellten Jugendlichen gehen mit ihrer Lust auf Risiko (welche das Risiko der Verletzung einkalkuliert) interessanterweise auf Distanz zu den weitverbreiteten Wellnessangeboten. Im Unterschied zu Shoppingromanen geht es hier nicht um eine konsumatorische Körperverwendung, sondern um das Gegenteil: eine angestrebte Authentizität und ‚Echtheit‘. Dass diese Inszenierung von Echtheit nicht außerhalb der Konsumgesellschaft stattfinden kann, steht dabei außer Frage – ein Beispiel dafür ist der Technikfetischismus, der sich in dem Roman darin zeigt, dass das Produktdesign der Surfbretter eine wichtige Rolle spielt. Dennoch wird mit dem im Roman gezeigten Surfermilieu tendenziell eher eine Jugendkultur gezeigt, die „Verausgabung und Askese zu einer scharfen Waffe im Reich der sozialen Distinktion“¹⁹ macht und sich gegen konsumatorische Lebensstile wendet. Dabei überlagern diese extremen Körpererfahrung sogar die Attraktivität sexueller Erfahrungen – diese werden zwar geschildert, können aber letztendlich nie mit dem (sexuell aufgeladenen) Kick des heroischen Big Wave Surfing mithalten. Das erste Mal – man könnte sagen, es ist hier das erste Mal allein im Kampf mit der Big Wave. Dass aus waghalsigen jungen Männern auch Sicherheitsexperten werden können, macht das Ende des Romans deutlich: denn der Ich-Erzähler, der retrospektiv seine Surfer-Jugend erinnert, tritt nun als Polizist dafür ein, dass die öffentliche Ordnung eingehalten wird. Im Unterschied zur Darstellung in Wintons Adoleszenzroman wird in der problemorientierten Jugendliteratur die Darstellung extremer körperlicher Risiken in pädagogisierende Modelle der Kontrolle eingebettet. Der problemorientierte Roman zeigt auch die Gefahren und Risiken des Extremsports und schlägt rationale Handlungsoptionen vor. Ein Beispiel dafür ist *Helden der City* von Kristina Dunker, in dem es um eine Gruppe junger Skater geht, die durch immer waghalsigere Mutproben ihr Leben aufs Spiel setzt – aus Freizeitsport wird dabei, so die Sinnkonstruktion des Romans, schnell Risikosport. Auch der zwischen problemorientiertem Roman und Adoleszenzroman anzusiedelnde *Asphalt Springer* endet mit der optimistischen Aussicht, dass der jugendliche Ich-Erzähler nun auch in der Schule Leistungen zeigen will – und nicht nur bei riskanten Parcours-Wettkämpfen. Beide Handlungsstrategien – in der problemorientierten Literatur und im Adoleszenzroman – zeigen jedoch gleichermaßen jugendliche Figuren, die aus rein hedonistischen Motiven ihr Leben aufs Spiel setzen. Wie aber damit in den Sinnangeboten und Deutungsmustern umgegangen wird – darin unterscheiden sich die

¹⁹ Bette (2005), S. 314.

Handlungsmodelle sehr deutlich. Die Romane inszenieren dabei in beiden Modellen einerseits den kalkulierten Kontrollverlust des Extremsports, andererseits aber auch den Kontrollverlust im Verhältnis der Generationen, den sie jedoch ganz unterschiedlich bewerten.

IV. Fazit

In der jugendliterarischen Darstellung des Risiko- und des Konsumkörpers geht es zentral um die Konstruktion von Gender-Identitäten und um jugendkulturelle Inszenierungsstrategien in der Konsumgesellschaft, die einer Logik der Distinktion folgen. Dabei konnte man im Falle der Shoppingromane sehen, dass nur auf der Oberfläche eine Bejahung der Konsumgesellschaft und konsumorientierter Lebensstile festzustellen war, während in den Sinnkonstruktion die Tendenz zu einer konsumkritischen und -erzieherischen Haltung zu erkennen war. Am Beispiele der Romane zum Thema Risikosport wurde gezeigt, dass hier vor – vor allem im Adoleszenzroman – eine Gegenstrategie zur Vermarktung des Körpers in der Konsumgesellschaft verfolgt wurde, indem der Körper als Leidens- und Risikokörper gezeigt und extreme körperbezogene Erfahrungen dargestellt wurden. Deutlich wurde jedoch in diesen Romanen auch, dass auch jugendkulturelle Gegenkulturen sich als eingebettet in die Konsumgesellschaft erweisen. Das war zu sehen am Beispiel des Technik- und Innovationskults des Surfermilieus, aber auch an den medialen Strategien der Sichtbarmachung, wenn die Risikosportler über ihre Leistungen im Chatroom berichteten. Ebenfalls wurde in den Sinnkonstruktionen der Romane deutlich, dass es sich auch bei der Darstellung von ‚Echtheit‘ und ‚Realness‘ letztendlich um Inszenierungsstrategien innerhalb der Konsumgesellschaft handelt, die Rückschlüsse auf die Ambivalenzen kapitalistischer Gesellschaften erlauben.

Literaturverzeichnis

Primärliteratur

Dunker, Kristina (2009): *Helden der City*. Würzburg: Arena.

Fülscher, Susanne (2006): *Nur noch das rote Kleid*. München: dtv.

Gofferjé, Cora: *Shopping-Queen* (2008). Stuttgart: Thienemann.

Kinsella, Sophie (2002): *Die Schnäppchenjägerin*. München: Goldmann.

Reh, Rusalka (2010): *Asphaltspringer*. Hamburg: Oetinger.

Waite, Judy (2006): *Shopaholic. Ein Mädchen im Kaufrausch*. Frankfurt: Fischer.

Winton, Tim (2008): *Atem*. München: Luchterhand.

Forschungsliteratur:

Baumann, Zygmunt (2009): *Leben als Konsum*. Hamburg: Hamburger Edition.

Bette, Karl-Heinrich (2005): „Risikokörper und Abenteuersport“. In: Schroer (Hg.) (2005), S. 295-323.

Gaugele, Elke/Reiss, Kristina (Hg.) (2003): *Jugend.Mode.Geschlecht. Die Inszenierung des Körpers in der Konsumkultur*. Frankfurt/New York: Campus.

Schroer, Markus (Hg.) (2005): *Soziologie des Körpers*. Frankfurt: Suhrkamp.

Schroer, Markus (2005): „Zur Soziologie des Körpers“. In: Schroer (Hg.) (2005), S. 7-48.

Ullrich, Wolfgang (2006): *Habenwollen. Wie funktioniert die Konsumkultur?* Frankfurt: Fischer.