

Rebecca Menzel
Jeans und Pop in der DDR

Als Horst Hertel, 1936 geboren und im Ostberliner Arbeiterbezirk Friedrichshain aufgewachsen, sich Anfang der 1950er Jahre mühsam seine erste Jeans erspart hatte, da lief er mit seiner Clique durch die Strassen „wie John Wayne persönlich“.¹ Hertel hörte trotz Verbot seines Vaters den amerikanischen Sender RIAS, las sogenannte „Schundromane“ (dieser negative Begriff für Western und Kriminalgeschichten, die man im Westen am Kiosk kaufen konnte, stammt von SED-Ideologen), besuchte Westberliner Kinos und träumte davon, nach Kanada auszuwandern. Jeans waren für ihn „Cowboyhosen“, auch wenn er sie mit Ringelsocken und Baseballschuhen kombinierte, wie sie amerikanische Jugendliche in den um 1955 in der Bundesrepublik aufkommenden Filmen um rebellierende Teenager trugen.

Mode ist neben populärer Musik und Filmen, populären Medien wie Zeitschriften, Radio und Fernsehen ein wichtiger Teil der Popkultur. Durch die bewusste oder unbewusste Entscheidung für popkulturelle Produkte wird das äußere Erscheinungsbild geprägt, positionieren sich Menschen sozial und schaffen sich so eine individuelle und gruppenspezifische Identität. „Kleidung und andere Formen der Dekoration“, so Kaja Silverman, „machen den menschlichen Körper überhaupt erst kulturell sichtbar. [...] Bekleidung formt den Körper, so dass er kulturell erkennbar wird und verleiht ihm so eine lesbare Bedeutung.“² Die Aneignung popkultureller Phänomene, ihre erfolgreiche Durchsetzung oder ihr Misserfolg in einer modernen Konsumgesellschaft³, sagen also immer etwas über potentielle gesellschaftliche Konflikte aus. Der Kampf um soziale Hierarchien innerhalb der Gesellschaft können durch die Aneignung verschiedener popkultureller Phänomene, die in ihrer Kombination eine soziale Positionierung ermöglichen, ausgetragen werden.⁴

Die Bedeutung und das gesellschaftskritische Potential popkultureller Phänomene lassen sich nur durch die Miteinbeziehung politischer und gesellschaftlicher Diskurse und Bildwelten aufschlüsseln und einordnen. Darin liegt auch der Reiz für den Vergleich popkultureller Phä-

¹ Vgl. Rebecca Menzel, *Jeans in der DDR. Vom tieferen Sinn einer Freizeithose*, Berlin 2004, S. 13.

² Kaja Silverman, *Fragments of a fashionable discourse*, in: Tania Modleski (Hg.), *Studies in Entertainment. Critical approaches to mass culture*, Bloomington/Indianapolis 1986, S. 150, zitiert nach: Elizabeth Wilson, *Fashion and Postmodernism*, in: John Storey (Hg.), *Cultural Theory and Popular Culture. A Reader*. London 1994, S. 392-402, hier S. 397 [Übersetzung der Autorin].

³ Auch die DDR war spätestens seit Mitte der 1960er Jahre eindeutig eine moderne Konsumgesellschaft, wenn auch mit anderen Zielen und unter anderen Bedingungen als das westliche Modell, vgl. dazu Stephan Merl, *Staat und Konsum in der Zentralverwaltungsgesellschaft. Russland und die ostmitteleuropäischen Länder*, in: Hannes Siegrist/Hartmut Kaelble/Jürgen Kocka (Hg.), *Europäische Konsumgeschichte. Zur Gesellschafts- und Kulturgeschichte des Konsums (18.-20. Jahrhundert)*, Frankfurt a.M. 1997, S. 205-241.

⁴ Vgl. Pierre Bourdieu, *Die feinen Unterschiede*, Frankfurt a.M. 1987.

nomene in unterschiedlichen Gesellschaften und Systemen. Medien wie Zeitschriften und Fernsehen sind dabei wichtige Quellen. Sie fungieren als „moderne Geschichtenerzähler“⁵, die bekannten fiktionalen Schemata von „gut“ und „böse“, „richtig“ und „falsch“, folgen und deshalb von großen Teilen der Gesellschaft leicht konsumierbar sind und beim Individuum bleibenden Eindruck hinterlassen. Die „Texte“, wie John Fiske es formuliert, „dürfen nicht für und durch sich selbst verstanden werden, sondern in ihren Wechselwirkungen mit anderen Texten und dem sozialen Leben, denn auf diese Weise wird ihre Zirkulation sichergestellt.“⁶ Anhand der Jeans lässt sich wie an vielen anderen popkulturellen Phänomenen zeigen, „dass Menschen nicht einfach passiv Kultur als Ware konsumieren, sondern Bedeutungen, die ihnen in Warenform über Kulturprodukte angeboten werden, aktiv umarbeiten und daraus ihre eigenen Konstruktionen von sozialer Identität bilden.“⁷

Die amerikanische Massenkultur war besonders in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts in Hinsicht auf kulturelle und soziale Veränderungen sowohl in West- als auch in Osteuropa ein wichtiger Bezugs- und Abgrenzungspunkt.⁸ Westliche Popkultur wurde über westliche Medien auch in der DDR rezipiert. Dabei waren es gerade Jugendliche, die in besonderem Maße an einer bilddominanten Diskurswelt teilnahmen und für deren Verbreitung sorgten. Neu war in den Zeiten von Jeans und Petticoat, Rock'n'Roll und Beat, dass sich die Kulturindustrie jetzt direkt an jugendliche Konsumentengruppen wandte, die verstärkt über eigene finanzielle Mittel und Freizeit verfügten und die Produkte dazu nutzten, eine generationsspezifische Identität herauszubilden, um sich von der Elterngeneration abzugrenzen. Um dieser Abgrenzung sichtbar Ausdruck zu verleihen war auch eine veränderte Körpersprache entscheidend, die sich fast automatisch aus der ungewohnten Bekleidung ergab. In Jeans, die zu Beginn noch aus einem sehr festen Stoff genäht waren, war man fast automatisch zu einem gewissen „wiegenden“ Gang gezwungen, der jungen Männern nach dem in der DDR propagierten Ideal der gestählten Arbeiterfigur⁹ alles andere als angestanden hätte. Tradierte Geschlechterbilder wurden auf den Kopf gestellt, denn auch mutige Mädchen zwängten sich in hautenge Jeans und verliehen damit ihrem Körper eine bisher in Deutschland vollkommen unbekannt neue Silhouette bzw. stellten ihn wie nie zuvor zur Schau. Sowohl in der BRD als auch in der DDR

⁵ Vgl. dazu Liesbet van Zoonen, *Popular Culture as Political Communication. An Introduction*, in: *the public* 7 (2000), 2, S. 5-18.

⁶ John Fiske, *Lesarten des Populären*, Wien 2000, S. 17. Mit „Texten“ sind hier nicht allein schriftlich niedergelegte, sondern grundsätzlich alle Produkte der Populärkultur gemeint.

⁷ Christina Lutter/Markus Reisenleitner/Stefan Erdei, Vorwort der HerausgeberInnen, in: John Fiske, *Lesarten des Populären*, Wien 2000, S. 7.

⁸ Vgl. Uta G. Poiger, Afterword, in: *Kazaam! Splat! Ploof. The American Impact on European Popular Culture since 1945*, hrsg. v. Sabrina Petra Ramet/ Gordana Crnovic, New York 2003.

⁹ Vgl. dazu die Propaganda-Aktion um den Aktivistin Adolf Hennecke, der 1948 als Bergmann die Arbeitsnorm mit 387 Prozent übererfüllte.

polemisierte die ältere Generation gegen diese neue Mode amerikanischen Ursprungs und warnte vor vermeintlichen gesundheitlichen Schäden. Attribute wie Kaugummi, das tragbare Kofferradio oder die Schmolllippe verstärkten noch den Eindruck, dass sich hier eine Generation den Anforderungen einer auf Leistung und Verzicht gepolten Nachkriegsgesellschaft verweigerte. Gerade für die durch die Hitlerjugend geprägte junge Generation waren die neuen demokratischen Egalitätsideale, wie sie von den Protagonisten der amerikanischen Popkultur vorgetragen wurden, attraktiv. In Filmen wie „Denn sie wissen nicht was sie tun“ mit James Dean oder „Die Wilden“ mit Marlon Brando wurde eine Erwachsenengeneration angeklagt, die sich gegenüber den spezifischen Problemen ihrer Kinder gleichgültig verhielt. Dieser Vorwurf wurde von den Jugendlichen im Nachkriegsdeutschland sowohl in den West- als auch in den Ostsektoren begeistert aufgenommen und umformuliert.

Im offiziellen Diskurs der DDR wurde die amerikanisierte Popkultur des Westens einseitig als „dekadent“ und sogar „faschistisch“ verdammt. Im 1952 gegründete Institut für Bekleidungskultur, das sich einem spezifisch sozialistischen Stil verschrieben hatte, der „frei ist von Einflüssen der amerikanischen Unkultur“¹⁰, wurde die junge Gestalterin Leonie Wache 1954 von einem Komitee des ZK der SED dafür gerügt, dass sie nach dem Vorbild westlicher Jeansmode eine Kollektion für Schulkinder aus Schilfleinen entworfen hatte. Das Lob für die Kollektion in der „Neuen Berliner Illustrierten“, das einen Hinweis auf die begeisterte Zustimmung durch befragte Schüler beinhaltete, musste in der nächsten Ausgabe zurück genommen werden. Die sozialistische Aneignung einer populären Bekleidungskultur nach westlichem Vorbild war nach Einschätzung Walter Ulbrichts genau so absurd wie die Formierung von Jugendcliquen, die sich an amerikanischen Vorbildern orientierten. Auf einem Jugendforum in Leipzig verkündete er 1958: „Als ich neulich in Leipzig war, habe ich die Genossen gefragt: ‚Nun sagt mal, was ist das eigentlich diese 42er-Bande? Ich kann mir das nicht erklären.‘ Sie antworteten mir: ‚So heißt ein Stadtbezirk in New York.‘ Aber Leipzig ist nicht in New York. Wenn das in Westdeutschland wäre, wo die Amerikaner als Besatzungstruppen hausen, könnte ich das verstehen, dass man dort eine 42er-Bande bildet. Aber hier ist das doch allerhand.“¹¹ „Kapitalistische“ Probleme in der sozialistischen Gesellschaft? – für Ulbricht ein Paradox an sich, das er nicht akzeptieren konnte.

Mit großer Besorgnis registrierte die Führung der DDR aber, dass gerade in Berlin, wo die Grenzen nicht kontrollierbar waren, viele Ostberliner westliche Vergnügungsangebote den eigenen vorzogen. Die Subventionierung des Verkaufs von Kinokarten westlicher Filmhäuser

¹⁰ Elli Schmidt (Direktorin des Mode-Instituts), Das Institut für Bekleidungskultur und seine Aufgaben, in: Die Bekleidung 1/1954.

¹¹ Junge Welt v. 12.11.1958.

an Besuchern aus der „Zone“ wurde als Versuch gedeutet, auf die sozialistische Jugend politisch Einfluss zu nehmen und mit harten Repressionen beantwortet. Dem Vorwurf, dem Kulturimperialismus des Feindes ins Netz gegangen zu sein, konnte sich kaum eine Jeans begeisterter Teenager entziehen. FDJ-Klubhaus-Verbote und Schulverweise waren für hartnäckige Jeansträger bis Mitte der 1960er Jahre an der Tagesordnung. Demokratische Ideale, die mit der amerikanisierten Popkultur importiert wurden, machten sozialistischen Idealen direkte Konkurrenz. Insofern war der fast hysterisch ausgetragene Kampf gegen eine in der BRD erfolgreiche amerikanisierte Popkultur eigentlich ein Kampf um die Aufmerksamkeit und Solidarität (nicht nur) proletarischer Schichten und wurde deshalb umso dramatischer ausgetragen.

1956 entstand in der DDR der Film „Berlin – Ecke Schönhauser“, der zum ersten Mal jugendliche Ängste, durch die FDJ politisch instrumentalisiert zu werden, thematisierte. Dabei spielt die Begeisterung der dargestellten Jugendlichen für amerikanische Mode und Musik eine entscheidende Rolle. Der Hauptdarsteller Dieter (Ekkehard Schall) trägt Jeans, seine Freunde brüskieren sich mit so genannten „Texasanhängern“, einem metallenen Sherriffstern, der an einem Lederband um den Hals getragen wird. Am Abend besucht man Tanzlokale, wo Boogie Woogie und Rock’n’Roll gespielt wird. Bei einem Streit mit seinem Bruder, der bei der Volkspolizei beschäftigt ist, brüllt Dieter seinen Frust heraus: „Warum kann ich nicht leben, wie ich will? Warum habt ihr lauter Vorschriften? Wenn ich an der Ecke stehe, bin ich halbstark. Wenn ich Boogie tanze, bin ich amerikanisch. Und wenn ich das Hemd über der Hose trage, ist es politisch falsch.“ Die Konfrontation mit dem Bruder, der als erziehende Autorität auftritt, beinhaltet verschiedene Komponenten zeitspezifischer Diskurse, für die die SED keine ideologiekonforme Form der Auseinandersetzung fand. Also mussten die Begründungen für die Konflikte nach außen verlagert, die Gründe für systeminterne Spannungen dem ideologischen Gegner angelastet werden. Die im Westen öffentlich ausgetragenen Kontroversen zwischen den Generationen wurden in der DDR von Konflikten zwischen Herrschenden und Beherrschten überdeckt und oftmals dadurch neutralisiert. Denn der Mangel an modischer Bekleidung war eine generationenübergreifende Erfahrung, die nicht selten dazu führte, dass sich Eltern und Kindern solidarisierten.

Nach John Fiske sind „Ausweichen“ und „Widerstand“ zwei eng miteinander verbundene Hauptformen der Beziehung zwischen Popularkultur und den Strukturen der Herrschaft, die die „Wechselwirkung von Lust und Bedeutung“ benennen.¹² Dabei ist für Fiske das Ausweichen stärker lustvoll als bedeutungstiftend, während Widerstand eher Bedeutungen als

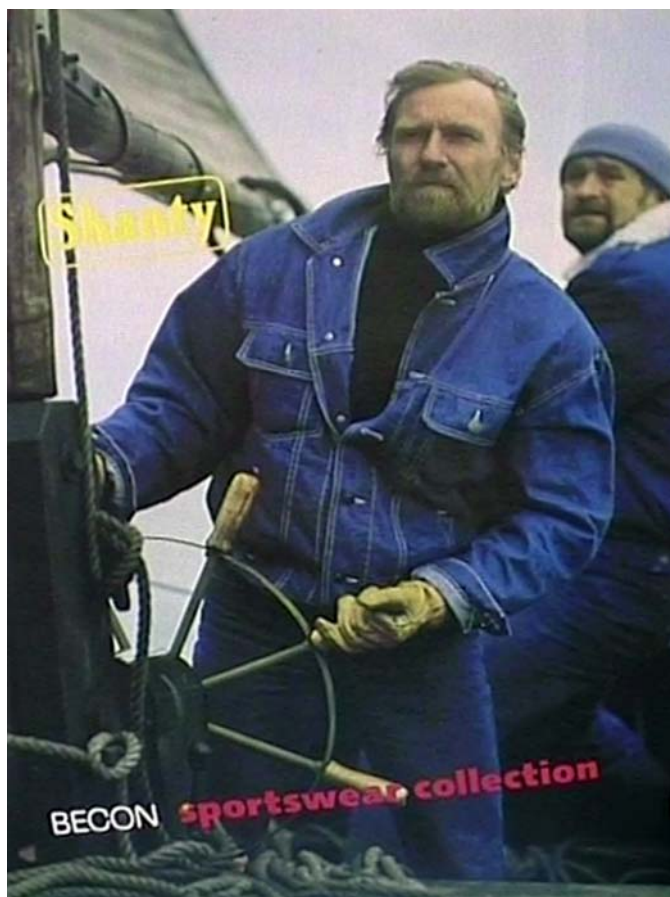
¹² Vgl. John Fiske, Lesarten des Populären, Wien 2000, S. 15.

Lüste produziert. Dieses Schema ist für ein totalitäres System wie das der DDR nur bedingt zutreffend. Allein der Versuch, der ständigen Politisierung bis in den Alltag hinein, auszuweichen, wurde oft als direkter Widerstand missgedeutet, der aufmerksam registriert und je nach Situation und Beteiligten mehr oder minder hart bestraft wurde. Durch die einseitige Verdammung der in allen gesellschaftlichen Bereiche präsenten SED war alles politisch, auch und ganz besonders die Entscheidung für eine Mode des ideologischen Feindes wie die amerikanische Jeans. Somit fungierten Jeans in der DDR bis in die 1970er Jahre hinein als Symbol für ein sowohl passives als auch aktives widerständiges Verhalten gegenüber politischen Vereinnahmungsversuchen staatlicher Institutionen. Deshalb waren Jeans als popkulturelles Phänomen so erfolgreich im System der Identitätsstiftung: einerseits als „lustbetontes“ Individuum, was in dem totalitären sozialistischen System DDR zumindest bis in die 70er Jahre schon an sich ein Verstoß gegen die auf das Kollektiv ausgerichtete Moral war, als auch als Identifikation mit einer Gruppe, die sich als eine Gemeinschaft subtil widerständiger Individuen definierte. Dass Jeans bis Ende der 1960er Jahre so gut wie gar nicht auf dem offiziellen Markt der DDR zu erwerben waren (Ausnahmen gab es im Versandhandel, aber selbst da entsprachen die Modelle nicht den durch westliche Vorbilder geprägten Erwartungen), steigerte ihren symbolischen Wert sogar noch. Der Besitz einer Jeans galt als Ausweis dafür, dass man für die Lesbarkeit der eigenen subtil widerständigen Identität große Mühe auf sich genommen hatte. Jeans waren unter rebellischen Jugendlichen in der DDR Kult und Erkennungsmerkmal. Der „Fetischcharakter“ von Konsumgütern spielte auch in der sozialistischen Republik DDR, wenn auch unter gewandelten sozialen und klassenspezifischen Voraussetzungen, eine entscheidende Rolle und diente dazu, eine soziale Distinktion über den Habitus vorzunehmen.

Die sozialistische Führung erkannte die Gefahr, dass sich der Kult um Produkte der amerikanisierten Popkultur verselbständigen könnte durchaus und reagierte nach dem Mauerbau mit einem Wechsel von Verbot und Tolerierung. Gerade wenn es um die Deutungshoheit einer sich modernisierenden Gesellschaft ging, konkurrierte das Modell der Amerikanisierung (in der BRD) auf der Ebene des Konsums direkt mit der in der DDR propagierten Sowjetisierung, die mit Haltbarkeit und praktischem Nutzen warb und an ein zentralisiertes Verteilungs- und Werbungssystem gebunden war.¹³ Gleichzeitig erkannte man, dass man dem Bedürfnis der Jugend nach äußerlich sichtbarer Abgrenzung von der reiferen Generation entgegenkommen musste. Bis Ende der 1960er Jahre hatte die sozialistische Planwirtschaft zumindest modisch

¹³ Vgl. Dazu, Stephan Merl, Sowjetisierung in der Welt des Konsums, in: Konrad Jarausch/Hannes Siegrist (Hg.), Amerikanisierung und Sowjetisierung in Deutschland 1945-1970, Frankfurt a.M.1997, S. 167-194.

kaum Alternativen zum Westpaket geboten, das für viele junge Leute neben dem Selbermachen einzige Quelle modischer Extravaganzen war. Das änderte sich erst mit der noch von Walter Ulbricht initiierten Einführung der Jugendmode-Läden 1968. Hier wurden zum ersten Mal im großen Stil aus Ungarn importierte Jeans verkauft, die allerdings anfangs noch unter dem Namen „Cottinohosen“ firmierten, um jedem Verdacht ideologischer Widersprüchlichkeit entgegenzutreten.



Werbung für Jeans der Marke „Shanty“

Mit dem Machtantritt Erich Honeckers 1971 setzte dann auch begrifflich eine Entspannung ein, was als Beweis für die Überlegenheit des sozialistischen Systems gegenüber dem Kapitalismus dienen sollte. Mit dem Start einer nationalen Jeansproduktion und der Fertigung eigener Marken hoffte man, der Konkurrenz westlicher Produkte endlich etwas Gleichwertiges entgegensetzen zu können und die DDR-Jeans als typische Bekleidung für eine systemkonforme Jugend zu etablieren. Abgesehen von der Versorgung großer Bevölkerungsteile, die lange auf eine modische und praktische Bekleidung gewartet hatten, gelang es jedoch zunächst nicht, den Kult um die Jeans als Erkennungsmerkmal einer rebellischen Identität zu brechen.

Stellvertretend für den Konflikt, der sich von einer Generationsdebatte zunehmend in eine Machtdebatte verwandelte, war der Streit um das Theaterstück „Die neuen Leiden des jungen W.“ von Ulrich Plenzdorf, das 1972 uraufgeführt und im Folgejahr an 17 Bühnen der DDR gespielt wurde. Der jugendliche Protagonist Edgar Wibeau, verkündete hier lautstark, es gäbe „überhaupt nur eine Sorte echter Jeans“, nämlich das Original von Levi Strauss, und forderte damit die sozialistischen Autoritäten zu Höchstleistungen DDR-spezifischer Überlegenheitsrhetorik und damit zu einem Rückfall in veraltete Deutungsmuster heraus. Die Jeans, und vor allem die „echte Levi's“ blieb bis zum Ende der DDR ein Bekleidungsstück, dessen symbolischer Wert eng mit der Verklärung der eigenen Jugend zusammen hing. Für viele Menschen war die Jugendzeit auch eine Zeit selbstbewusster Körperlichkeit und Unangepasstheit, Sehnsucht nach Freiheit, emotionalen Hochgefühlen, die durch die Identifikation mit bestimmten Musikstilen noch verstärkt wurde, schlicht eine Phase des Lebens, in der die Entdeckung der eigenen Identität verortet wird. Auch Edgar Wibeau stellt diese Generationssolidarität her und verweist damit zugleich auf seine Kenntnis vom Ursprung der Jeans als Arbeiterhose:

„Es tötete mich immer fast gar nicht, wenn ich so einen fünfundzwanzigjährigen Knacker mit Jeans sah, die er sich über seine verfetteten Hüften gezwängt hatte und in der Taille zuge schnürt. Dabei sind Jeans Hüfthosen, das heißt Hosen, die einem von der Hüfte rutschen, wenn sie nicht eng genug sind und einfach durch Reibungswiderstand oben bleiben. Dazu darf man natürlich keine fetten Hüften haben und einen fetten Arsch schon gar nicht, weil sie sonst nicht zugehen im Bund. Das kapiert einer mit fünfundzwanzig schon nicht mehr. Das ist, wie wenn einer dem Abzeichen nach Kommunist ist und zu Hause seine Frau prügelt. Ich meine, Jeans sind eine Einstellung und keine Hosen. [...] Edel ist es wieder, wenn einer auf Rente ist und trägt dann Jeans mit Bauch und Hosenträgern. Das ist wieder edel.“¹⁴

Nach Bourdieu ist „Distinktion im Sinne von Unterscheidung [...] die in der Struktur des sozialen Raums angelegte Differenz, wahrgenommen entsprechend der auf die Struktur abgestimmten Kategorien“¹⁵. In der DDR der 1970er Jahre wurde der informelle Anpassungsdruck an ideologisch aufgeladene Gesellschaftsnormen besonders groß. Der Wunsch Jugendlicher nach habitueller Distinktion richtete sich deshalb weniger auf die Eltern an sich bzw. auf Autoritätspersonen generell, sondern auf die Unterscheidung zwischen Angepassten und Unangepassten.

Der kurze Frühling sozialistischer Popkultur zu Beginn der 1970er Jahre war keine Erfolgsgeschichte, weil entscheidende Komponenten popkultureller Dynamiken von der herrschenden Funktionärsklasse als Angriff auf die sozialistische Ideologie und damit als Angriff auf ihren Machtanspruch gedeutet wurden. Ein gutes Beispiel für die unüberwindbare Differenz

¹⁴ Ulrich Plenzdorf, Die neuen Leiden des jungen W., Frankfurt a.M 1977, S. 26f.

¹⁵ Pierre Bourdieu, Sozialer Raum und „Klassen“. Leçon sur la leçon. Zwei Vorlesungen, Frankfurt a.M. 1991, S. 21f.

zwischen ideologischer Anpassungserwartung und dem Eigensinn vor allem der jugendlichen Bevölkerung war das X. Treffen der Jugend 1973 in Ostberlin. Distinktion über Konsumprodukte wie modische Bekleidung wurde hier durch die staatliche Produktion einer Festivalbekleidung „im Jeansstil“, die alle FDJler in den Jugendmode-Geschäften kaufen konnten, nur vermeintlich akzeptiert. Eine individuelle Aufladung mit Bedeutung wurde nicht gewünscht, konnte aber von den Autoritäten nicht verhindert werden. Letztlich identifizierten sich die teilnehmenden Jugendlichen aus allen Ländern über gemeinsame Kleidungsstile und solidarisierten sich damit auf einer internationalen Ebene, praktisch an den Vorstellungen ihrer sozialistischen Führungsriege vorbei. In der Festivaldokumentation der DEFA „Wer die Erde liebt...“ sieht man Vertreter der sozialistischen Parteien Lateinamerikas, die von oben bis unten in Jeans gekleidet waren, eine ganze Fraktion jugendlicher französischer Linker mit langen Haaren, die wild hüpfend Parolen rufen. Auf dem Alexanderplatz legten sich Hippies samt Jeans zusammen in den Brunnen.



Jugendliche am „Brunnen der Völkerfreundschaft“, Berlin Alexanderplatz

Die Frage, ob sich die politische Führung mit mehr Toleranz gegenüber den popkulturellen Vorlieben ihrer Bevölkerung und ihrem Willen nach Distinktion zumindest deren passive Unterstützung hätte erhalten können, ist schwer zu beantworten. Sicher ist nur, dass die zunehmende Kluft zwischen zugesicherter persönlicher Freiheit, also auch freiem Zugang zu popkulturellen Phänomenen und alltäglicher Repression immer größer wurde und neben vielen anderen Gründen dazu führte, dass das Volk auf die Barrikaden ging. Genauso sicher ist, dass die eingeschränkten Zugeständnisse, die Honecker der DDR-Bevölkerung gerade beim Konsum von West-Medien und damit der westlich-amerikanisierten Popkultur machte, eine wichtige Voraussetzung für die Mobilisierung großer Bevölkerungsgruppen beim Protest gegen die Herrschenden waren.¹⁶ Das sozialistische Kollektivprojekt sah, wie Árpád von Klímo bereits lakonisch festgestellt hat, gerade im Vergleich mit der westdeutschen Linken, die sich erfolgreich popkultureller Symboliken bediente und so selbst zu nachahmungswürdigen popkulturellen Ikonen wurden, schnell wieder ganz schön „alt“ aus.¹⁷

Spätestens Ende der 1970er Jahre waren die von der Funktionärsklasse stetig vorgetragenen Überlegenheitsparolen für einen Großteil der Bevölkerung nicht mehr überzeugend. Das galt insbesondere für die Jeans – hier war seit Beginn einer DDR-eigenen Produktion ein direkter Vergleich mit westlichen Produkten möglich – die somit zu einem Symbol für das Versagen der sozialistischen Planwirtschaft avancierte. Vielen West-Jeans begeisterten Jugendlichen gelang es so, sich mit dem Hinweis auf die mangelhafte Qualität der DDR-Jeans ideologischen Vorwürfen zu entziehen. Mit dem Sonderverkauf von einer Million original amerikanischer Jeans der Marke Levi Strauss kurz vor Weihnachten 1978 gab die DDR-Führung den ideologischen Kampf auf und leistete damit ungewollt einen entscheidenden Beitrag zur Zerstörung des bis dahin gültigen Jeans-Mythos, der abhängig war von der Aura der Unerreichbarkeit. Damit ging die Suche nach Distinktionsmöglichkeiten aufs Neue los. Immer mehr Generationen, die mit einer amerikanisierten Popkultur groß geworden waren, rezipierten und konsumierten so weit es ging zunehmend selbstverständlich Produkte der westlichen Kulturindustrie. Immer weniger Menschen ließen sich durch ideologische Einschüchterungsversuche davon abhalten und emanzipierten sich von den durch die Staatsführung vorgegebenen Identitätsmustern. Mit der starken Diversifizierung der Jugendbewegungen, die sich immer mehr an westdeutschen Vorbildern orientierten, verloren die politischen Autoritäten bereits Anfang der 1980er Jahre die Übersicht und zielten mit ihren veralteten Mitteln der Repression allein

¹⁶ Vgl. dazu Karsten, Timmer, Vom Aufbruch zum Umbruch, Göttingen 2000.

¹⁷ Vgl. Árpád von Klímo, Ein seltsamer Fund. Fragen zur Popkultur im Staatssozialismus, in: Zeitgeschichte-online. Thema: Pop in Ost und West. Populäre Kultur zwischen Ästhetik und Politik, hrsg. von Árpád von Klímo und Jürgen Danyel, April 2006, URL: http://www.zeitgeschichte-online.de/zol/portals/_rainbow/documents/pdf/pop_klimo.pdf >.

auf diejenigen, die mit ihrem Aussehen extrem aus der Reihe tanzten wie z.B. die Punks.¹⁸ Äußerlich angepasste Jugendliche wie Popper oder Breakdancer hatten weniger gravierende Probleme, obwohl sie mit ihrer Orientierung an westlichen Vorbildern genau so den „cultural lag“ verkörperten. Dieser soziologische Begriff beschreibt den Bruch, der zwischen den kulturellen Normen der Herrschenden einerseits und der Beherrschten andererseits entstanden war und nicht überwunden werden konnte, was letztlich zur Erosion des gesellschaftlichen und somit auch des politischen Systems führte.¹⁹ Dem sich ständig wandelnden Distinktionsbedürfnis der Gesellschaft konnte ohne Aufgabe grundsätzlicher sozialistischer Prinzipien nicht nachgegeben werden. Die gesellschaftliche Logik dieser Distinktionsspirale durchschauten die sozialistischen Autoritäten nicht bzw. konnten sie nicht in ihr strenges Schema einer sozialistischen Idealgesellschaft integrieren. Bis zuletzt wurde die individuelle Identitätsfindung der „Beherrschten“ über die Rezeption popkultureller Produkte als Konflikt mit den „Herrschenden“ empfunden, auch wenn der Druck von oben stetig abnahm.

Für Fiske ist Popularkultur „immer eine Kultur des Konflikts“, doch der provozierte Konflikt wird gesellschaftspolitisch nur von Erfolg gekrönt, wenn sich die Herrschenden tatsächlich von ihm bedroht fühlen. Funktionäre, die wegen ihres Alters selbst kaum über Erfahrungen mit popkulturellen Phänomenen verfügten, nahmen die widerständigen Elemente als viel bedrohlicher wahr als sie tatsächlich waren, die affirmativen Elemente, die durchaus auch die Reproduktion herrschaftskonformer Handlungsweisen beinhalteten, wurden vernachlässigt bzw. nicht genutzt; ihnen wurde schlicht aus ideologischen Gründen misstraut, was umso erstaunlicher ist als es für die Anpassungsbereitschaft gerade Jugendlicher in der DDR durch die Untersuchungen des Zentralinstituts für Jugendforschung (ZIJ) eine empirisch-wissenschaftliche Grundlage gab²⁰ Scheinbar misstraute die politische Führung sogar ihren Wissenschaftlern.

Zitierempfehlung:

Rebecca Menzel, Jeans und Pop in der DDR, in: Zeitgeschichte-online. Thema: Pop in Ost und West. Populäre Kultur zwischen Ästhetik und Politik, hrsg. von Árpád von Klímo und Jürgen Danyel, April 2006, URL:

<http://www.zeitgeschichte-online.de/zol/portals/_rainbow/documents/pdf/pop_menzel.pdf>

¹⁸ Vgl. dazu Cordula Bachmann, Punk always dies!, in: Zeitgeschichte-online. Thema: Pop in Ost und West. Populäre Kultur zwischen Ästhetik und Politik, hrsg. von Árpád von Klímo und Jürgen Danyel, April 2006, URL: <http://www.zeitgeschichte-online.de/zol/portals/_rainbow/documents/pdf/pop_bachmann.pdf>.

¹⁹ Vgl. dazu Klaus Michael, Macht aus diesem Staat Gurkensalat: Punk und die Exerzitien der Macht, in: Ronald Galenza/Heinz Havemeister (Hg.): Wir wollen immer artig sein ... Punk, New Wave, HipHop, Independent-Szene in der DDR 1980-1990, Berlin 1999, S. 72-93.

²⁰ Vgl. ZIJ: Jugend und Mode. Forschungsbericht über das Verhältnis Jugendlicher zur Mode sowie über Bedingungen und Ausprägung modebezogener Verhaltensweisen, Leipzig, September 1979. BA, DC 4/652.