

Melika Gothe
Hildesheim / Berlin

Schrecklich schön. Jugend und Kino

Eine kritische Auseinandersetzung mit dem Begriff *Jugendfilm*

Abstract: Um jugendaffine Filme sichtbarer zu machen, zeichnete die AG Kino Gilde im Rahmen der 70. Berlinale erstmals einen Film aus dem Wettbewerb *Generation 14plus* aus. *Jumbo* sei eine „Achterbahnfahrt der Gefühle [...] Jugendkino, das [...] flasht und begeistert“. Es lässt sich beobachten, dass die Auseinandersetzung mit Jugend im Kino schnell mit dem Begriff *Jugendfilm* erfasst wird und damit wiederum bestimmte Erwartungshaltungen an Inhalte und Form sowie an das Publikum und die Vermittlung der Filme einhergehen. Der vorliegende Artikel geht der Frage nach, was Film zu *Jugendfilm* macht oder vielmehr, was die Klassifizierung *Jugendfilm* mit Film macht. Über die kritische Auseinandersetzung mit dem Begriff soll ein alternativer Zugang vorgeschlagen werden, (anders) über Jugend im Kino zu sprechen, der sich auf das *ästhetische Potenzial* von Jugend konzentriert.

Melika Gothe (M.A.), Doktorandin im deutsch-französischen Promotionskolleg der Universität Hildesheim/Université Aix-Marseille. Bachelorstudium Filmwissenschaften und Französisch an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz sowie Master deutsch-französische Kulturvermittlung in Hildesheim und Marseille. In ihrer Promotion untersucht sie die ästhetische Konstruktion von Jugend in europäischen Spielfilmen und ihre Vermittlung. Sie ist Projektkoordinatorin der Berlinale-Sektion *Generation*.

1. Jugendkino¹ flasht | Problematik und Intention

Im Rahmen der 70. Internationalen Filmfestspiele Berlin 2020 verlieh eine unabhängige Jury der AG Kino – Gilde e. V. erstmals einen Preis an einen Langfilm aus dem Wettbewerb *Generation 14plus*. Mit Filmen, die die Perspektiven junger Protagonist_innen in den Fokus rücken, jedoch nicht immer ausschließlich und primär für junges Publikum gemacht sind, richtet sich die Berlinale-Sektion *Generation* an jugendliches und erwachsenes Publikum gleichermaßen. Als Einziges der gleichrangigen Festivals weltweit öffnet sich die Berlinale mit den beiden Wettbewerben der Sektion *Generation Kplus* und *14plus* für Zuschauer_innen unter 18 Jahren.

Leopold Grün, Leiter von VISION KINO – Netzwerk für Film- und Medienkompetenz und Finanzierungspartner des neuen Preises, bemerkt: „Der *Generation 14plus* Wettbewerb versammelt eine Vielzahl künstlerisch herausragender Produktionen, die Jugendliche ganz direkt ansprechen, außerhalb der Berlinale, aber nur selten den Weg auf die deutsche Kinoleinwand finden.“² Die Initiatorin der neuen Jury, Kinobetreiberin und Vorstandsmitglied der AG Kino, Petra Rockenfeller, erklärt, mit dem Preis sollten brancheninterne Anreize geschaffen werden, „Filme mit jugendaffinen Themen jenseits des Mainstreams sichtbar [zu] machen“³. Im ersten Jahr zeichnete die Jury *Jumbo* (2019) von Zoé Wittock aus und beschrieb den Film als „Achterbahnfahrt der Gefühle, verpackt in poetischen, dynamischen und leuchtenden Bildern, das ist Jugendkino, das uns flasht und begeistert“⁴. Die französisch-belgisch-luxemburgische Produktion erzählt von Jeanne (Noémie Merlant), einer jungen Frau, die sich in die Freizeitpark-Attraktion *Jumbo* verliebt. Der Film nutzt Elemente des *Coming-Of-Age*⁵, wird jedoch weder von der Produktion noch vom Festival als *Jugendfilm* kommuniziert.

Der vorliegende Artikel geht, an diese und ähnliche Beobachtungen anschließend, der Frage nach, was Film zu *Jugendfilm* macht oder vielmehr, was das Label *Jugendfilm* mit Film macht. Dazu erfolgt eine kritische Auseinandersetzung mit dem Begriff und seiner Verwendung, denn, so die Thesen:

¹ Obgleich der Begriff *Jugendkino* geeigneter erscheint, da er Kino als Gesamtdiskurs erfasst, wird im Weiteren der gängigere Begriff *Jugendfilm* verwendet.

² AG Kino – Gilde e. V. 2020.

³ Ebd.

⁴ Ebd.

⁵ Ungeachtet der teilweise synonymen Verwendung von *Jugendfilm* und *Coming-Of-Age* unterscheidet die Autorin Letzteres als Bezeichnung für typische narrative Strukturelemente, wie z. B. die erste Liebe, den ersten Sex, Emanzipation von den Eltern etc. Sie sind jedoch nicht nur in Jugendfilmen zu finden.

- a) Mit der Bezeichnung gehen Erwartungen an Inhalt und Form sowie an das Publikum und die Vermittlung der Filme einher, die zu Standardisierungen der Erzählung von Jugend führen. Diese begrenzen das ästhetische Potenzial des Motivs Jugend. Die Klassifikation als *Jugendfilm* markiert vorwiegend, wie im öffentlichen Diskurs über Jugend im Kino gesprochen wird und weniger, wie in den Filmen von Jugend gesprochen werden kann.
- b) Inszenierungen von Jugend als ästhetisches Motiv vermögen jedoch generationsübergreifende Erfahrungen zum Ausdruck zu bringen. Anders formuliert, überträgt das ästhetische Motiv Jugend Attribute der Lebensphase Jugend auf die Beschreibung gesamtgesellschaftlicher Transformationsprozesse.

Zu Beginn des Artikels wird eine kurze Skizze des Forschungsfeldes erfolgen. Über die darauffolgende kritische Auseinandersetzung mit *Jugendfilm* soll schlussendlich ein alternativer Zugang vorgeschlagen werden, (anders) über Jugend im Kino zu sprechen. Als Analysebeispiele dienen die Netflix-Produktion *How to Sell Drugs Online (Fast)*⁶ (2019–) sowie der bereits erwähnte Preisträgerfilm der ersten AG Kino Gilde 14plus-Jury, *Jumbo*⁷.

Bewusst über die Spezifika und Differenzmerkmale zwischen Serien- und Spielfilmformaten bieten beide Produktionen verschiedene markante Perspektiven auf Jugend, die sich jedoch produktiv miteinander verbinden lassen: Während sich *How to Sell Drugs Online (Fast)* als erfolgreiches, populäres Beispiel hervorragend dazu eignet, sowohl die deskriptiven Merkmale des klassischen *Jugendfilms* als auch die Dominanz seiner normativen Dimension aufzuzeigen, bietet *Jumbo* ein anschauliches Beispiel für die Inszenierung von Jugend als narrativ-ästhetisches Motiv, das die standardisierten Muster des *Jugendfilms* unterläuft.

Mit der Unterscheidung zwischen deskriptiver und normativer Dimension beschreibt die Medienwissenschaftlerin Julia Schumacher, wie der Begriff *Jugendfilm* gleichzeitig formale und thematische Merkmale (Filme, die „Jugend oder jugendliche Lebenswelten über ein jugendliches Figurenensemble thematisieren oder darstellen“) sowie diskursive Merkmale (Filme, „die primär für eine jugendliche [...] Zielgruppe konzipiert und produziert bzw. [...] geeignet erscheinen“)

⁶ Die Analyse bezieht sich vorwiegend auf die erste Episode der ersten Staffel, nimmt aber auch Bezug auf den weiteren Verlauf der Serie.

⁷ Im Sinne der besseren Nachvollziehbarkeit beziehen sich die Ausführungen auf den Trailer des Films. Der Autorin ist dabei bewusst, dass Trailer vorwiegend Vermarktungszwecken dienen und sicherlich nicht der ästhetischen Vollständigkeit der Filme entsprechen. Französischsprachiger Trailer zugänglich unter: <http://www.rezofilms.com/distribution/jumbo> (10.08.20).

umfasst.⁸ Ungeachtet der Dominanz der *normativen* Dimension, die anhand der Rezeption von *How to Sell Drugs Online (Fast)* und der theoretischen Auseinandersetzung mit *Jugendfilm* erläutert werden soll, soll sich im Weiteren um die Konzentration auf die filmische Inszenierung von Jugend bemüht werden. Das heißt, dem durchaus gängigeren soziologischen und medienpädagogischen Interesse, was die Filme über Jugend aussagen bzw. was Jugendliche in Filmen zu sehen bekommen sollten, wird ein Zugang gegenübergestellt, der sich der *deskriptiven* Dimension und damit dem narrativen und ästhetischen Potenzial von Jugend widmet und Alternativen ihrer Darstellungs- und Wahrnehmungsformen aufzeigt.

Mit diesem Zugang soll ein Beitrag zur filmwissenschaftlichen Auseinandersetzung mit Jugend und Kino geleistet werden, mit dem sich in der weiterführenden Forschung vielleicht auch eine Antwort auf die Frage finden lässt, warum so wenig „ambitionierte Stoffe“ für jugendliche Zuschauer_innen ihren Weg in deutsche Kinos finden.

2. Ein komplexes Zusammenspiel | Zum Forschungsfeld

Die Auseinandersetzung mit Jugend im Kino ergibt sich nicht allein aus den Filmen, sondern aus einem komplexen Zusammenspiel verschiedener Haltungen und Ansprüche gegenüber Jugend. David M. Considine beschreibt dies in seinem Pionierwerk *The Cinema of Adolescence* mit dem Bild eines Spiegelkabinetts im Freizeitpark:

As we begin to gaze into the mirror of youth it is necessary to keep in mind that the images we see, the plots we encounter, the recurring themes and motifs that unfold, reflect not simply *the views and values of the audience*, not only *the attitudes and ideas of the film creators*, and not just *the social conditions of the day*.⁹

Vielmehr handele es sich um die, zum Teil unauflöslich ineinander verschränkten, jedoch wie durch ein Prisma zerstreuten Reflexionen und Projektionen der verschiedenen Perspektiven.

Das Forschungsfeld, das sich daraus ergibt und mit Hilfe dessen sich dem Zusammenspiel der unterschiedlichen Faktoren, Akteur_innen, Erwartungshaltungen und Disziplinen analytisch genähert werden kann, soll im Folgenden anhand von drei zentral erscheinenden Positionen umrissen werden:

⁸ Schumacher 2013: 295.

⁹ Considine 1985: 11, Herv. MG.

- 1) Mit den ersten Aussagen soll *der öffentliche Diskurs* beschrieben werden. Sie stammen aus einem ZEIT-Kommentar zu aktuellen „Teenager-Serien“, wie z. B. *How to Sell Drugs Online (Fast)*. Der Journalist Matthias Kalle stellt (a) fest, dass jung sein so schrecklich und so schön sei wie sonst nichts und Erwachsene mit Wehmut darauf zurückschauen. Die neuen Serien schafften es, (b) „die Welt von Teenagern im Jahr 2019 zu zeigen, wie es vor ihnen noch niemand geschafft hat“. Außerdem stecke (c) „in der Suche nach dem eigenen Platz in der Welt mehr Horror [...], mehr Liebe [...] und mehr Geheimnis als in allen anderen Serien-Genres und in allen anderen Lebensphasen“.¹⁰

Diese Aussagen machen ein Paradox sichtbar, das sich mit dem sozialwissenschaftlichen Konzept „der Ambivalenz der Jugend“¹¹ erfassen lässt: So wie Jugend als Schwellenzustand zwischen Kindheit und Erwachsensein gilt, bewegt sich ihre Wahrnehmung im Kino stets zwischen (a) Faszination und Sehnsucht gegenüber dem Vorurteil der Trivialität, (b) der Anerkennung ihres narrativen Potentials und (c) dem Realitätsanspruch an ihre Darstellung.

- 2) Auch in der *filmwissenschaftlichen Forschung* scheint die Frage nach der Repräsentativität von zentralem Interesse. Obgleich in der einschlägigen, vorwiegend US-amerikanischen, Forschung Einigkeit darüber herrscht, dass filmische Darstellungen von Jugend in den seltensten Fällen der Realität von Jugendlichen entsprechen,¹² stellt die Kulturwissenschaftlerin Catherine Driscoll in ihrer kritischen Einführung *Teen Film* fest, dass auch hier für gewöhnlich soziologische Fragestellungen vorrangig vor stilistischen und ästhetischen Innovationen diskutiert würden.¹³ Ebenso lässt sich im deutschen Diskurs, wo die Auseinandersetzung mit Jugend und Kino auch historisch begründet vom Konzept der Medienkompetenz geprägt ist¹⁴, beobachten, dass es neben der Frage, ob „die Welt von Teenagern“ realistisch dargestellt

¹⁰ Kalle 2019.

¹¹ Griesse 2014: 18. Griesse nutzt den Begriff, um sich für „eine Doppelperspektive“ in der Jugendforschung auszusprechen: „Jugend als Problem und Hoffnung“, „Jugend als Risiko und Chance“ (ebd.).

¹² Vgl. Driscoll 2011: 5.

¹³ Vgl. ebd.

¹⁴ In Deutschland, wo das Kino eine längere Phase ideologischen Missbrauchs und Misstrauens erfuhr, zielt die Auseinandersetzung mit Jugend und Kino häufig darauf, Souveränität gegenüber dem Medium zu erlangen bzw. zu vermitteln. Film wird für diese Zielgruppe häufig hinsichtlich seines pädagogischen Mehrwerts sowie seines Beitrags zur Persönlichkeitsentwicklung bewertet. Vgl. unter anderem Schneider/Saez 2014 und Walberg 2011.

wird, insbesondere auch darum geht, was für eine jugendliche Zielgruppe als geeignet erachtet wird.¹⁵

- 3) Die *sozialwissenschaftliche Jugendforschung* bildet daran anknüpfend die dritte Achse des Forschungsfeldes. Sie hilft, zu verstehen, auf welchem Verständnis von Jugend die jeweilige Betrachtung beruht. Denn obgleich der vorliegende Ansatz versucht, den Fokus von der Frage der Repräsentativität auf das ästhetische Potenzial von Jugend zu verschieben, gilt es zu berücksichtigen, „aus welchen gesellschaftlichen und individuellen Erfordernissen [...] Jugend [entsteht]. Wodurch [wird sie] notwendig, ermöglicht oder verhindert?“¹⁶. Aus sozialwissenschaftlicher Perspektive lässt sich ferner voraussetzen, Jugend als *soziale Konstruktion* zu verstehen. Das heißt, Jugend beschreibt weniger eine bestimmte biologisch und psychologisch definierbare Altersgruppe, sondern beruht auf sozialen, kulturellen, politischen, ökonomischen sowie individuellen biografischen Faktoren. Für die Argumentation des hier vorgestellten Zugangs soll die Feststellung des Erziehungswissenschaftlers Benno Hafeneger richtungsweisend sein:

Die Bilder und Konstruktionen von Jugend entstehen in einem komplexen Vermittlungsprozess. Sie werden von der Erwachsenengesellschaft produziert, sie werden medial, öffentlichkeitswirksam inszeniert und wissenschaftlich gestützt. Sie korrespondieren gleichzeitig mit Bildern, die Jugendliche von sich selbst entwerfen.¹⁷

204

Sowohl die Beobachtungen aus dem *öffentlichen Diskurs* als auch die Positionen aus den *Film- und Sozialwissenschaften* machen die Komplexität und Vielstimmigkeit des Gegenstands deutlich. Zudem soll mit Betonung der bedingten Repräsentativität von Jugend im Film die Bedeutung der Inszenierung hervorgehoben werden. Inszenierungen lassen sich als das absichtsvolle Sichtbarmachen einer Idee, einer Erfahrung oder sozialer Strukturen beschreiben.¹⁸ Die Standardisierungen des *Jugendfilms* reproduzieren, so die Weiterführung der eingangs formulierten These, eine weitgehend *normative* Idee von Jugend, die wenig Spielraum für diverse generationsübergreifende und intersektionale Perspektiven lässt.

¹⁵ Vgl. dazu unter anderem Kapitel 4 (Seite 209) zur Rezeption von *How to Sell Drugs Online (Fast)* oder auch den jüngsten Diskurs zur Neuausrichtung von Filmbildung in Deutschland, vorgetragen vom Hauptverband Cinephilie: 2020.

¹⁶ King 2013: 22.

¹⁷ Hafeneger 1995: 16.

¹⁸ Vgl. Seel 2007: 67–68.

Ferner gilt es, in der Analyse filmischer Inszenierungen von Jugend zu fragen, wie und unter Berücksichtigung welcher Faktoren von Jugend erzählt wird: Handelt es sich um marketingstrategische oder förderbedingte Entscheidungen, oder dient das Motiv Jugend dazu, um z. B. die Emanzipation von oder die Kritik an gesellschaftlichen Begebenheiten zum Ausdruck zu bringen?

3. Kritische Auseinandersetzung mit *Jugendfilm*

Anders als in der einschlägigen englischsprachigen Literatur wird der einheitliche Genrecharakter des *Jugendfilms* in der deutschsprachigen Diskussion strittig behandelt. Es gebe keinen Konsens über eine Definition, der es gelänge, so die Autor_innen des Reclam-Bandes *Filmgenres*, die „Vielfalt und Komplexität des internationalen Kinder- und Jugendfilms“ zu erfassen. „Wissenschaftler, Pädagogen, Produzenten, Festivalorganisatoren, Journalisten oder Filmverleiher“ würden „je nach Priorität etwas anderes darunter verstehen“¹⁹ oder mit der Klassifizierung beabsichtigen, dass „Filme dieser Kategorie eine Sonderstellung im Programm von Filmfestivals und der staatlichen Filmförderung“²⁰ erhalten. Die Bezeichnung *Jugendfilm* verweist dementsprechend nicht nur auf Themen und Stile der Filme, sondern bestimmt außerdem deren Rezeption und Vermittlung. Als variierender Kommunikations- und „Verwendungszusammenhang“²¹ gibt die Klassifikation *Jugendfilm* auf *normativer* Ebene Aufschluss darüber, welche Zielgruppen ein- und ausgeschlossen werden, wie Jugend und Filme für Jugend zu sein haben und vor allem, welche Formen gesellschaftlicher Teilhabe ihnen zugesprochen werden. Auf *deskriptiver* Ebene verweist sie auf spezifische formal-ästhetische sowie dramaturgische Muster und visuelle Stereotype, über die sich, so Schumacher, „das kulturelle Konzept von Jugend [in vielen verschiedenen Varianten] ästhetisch ausformuliert“²².

Driscoll führt in diesem Zusammenhang aus, wie sich das Genre zu einem „Klassifikationssystem“²³ entwickelt hat, das zum einen dem Schutz von Minderjährigen dienen soll, diese zum anderen aber auch zu „Erziehungsobjekten“²⁴ reduziert: „Film classification [...] explains why and how the legal and social minority of adolescents should be maintained.“²⁵ Considine kritisiert im selben Kontext, wie die Reproduktion von Stereotypen die Vielfalt und Wahrhaftigkeit

¹⁹ Kümmerling-Meibauer 2010: 9.

²⁰ Schumacher 2013: 295.

²¹ Hickethier 2007: 206.

²² Schumacher 2013: 310.

²³ Driscoll 2011: 121–134.

²⁴ Siehe auch die von Benno Hafeneger identifizierten „Jugendbilder“ in Hafeneger 1995.

²⁵ Driscoll 2011: 134.

dessen, was durch Jugend zum Ausdruck gebracht werden könnte, begrenzt habe.²⁶ Er spricht damit unter anderem einen Mangel an Diversität hinsichtlich Gender, Religion sowie sozialer und kultureller Herkunft an, der sich entsprechend auch in der filmwissenschaftlichen Analyse fortsetzt:

In the cinema of adolescence, white outnumber blacks, WASPs [White Anglo-Saxon Protestants] outnumber other racial and religious groups, big city stories [...] by far outweigh images of small towns or rural life, and stories about boys outnumber those about girls.²⁷

Die Stereotype, die mit der Bezeichnung *Jugendfilm* einhergehen, lassen wenig Raum für intersektionale Perspektiven auf Jugend. Zudem führt der häufige Ausschluss erwachsener Protagonist_innen und auch Rezipient_innen dazu, dass die Themen und Probleme der Filme auf ihre Gültigkeit in der Welt der Jugendlichen begrenzt werden. Nicht nur das jugendliche Publikum erhält auf diese Weise ein eingeschränktes Bild über sich und seine Handlungsmöglichkeiten, auch die Erwachsenen, die den Filmkonsum der Jugendlichen organisieren, analysieren und bewerten, berufen sich auf dieses verzerrte Bild hinsichtlich ihrer Verantwortung und Beteiligung an den Belangen der Jugend. Mit Considine und Driscoll lässt sich dahingehend erläutern, wie die *normative* Dimension des *Jugendfilms* zur Standardisierung der *deskriptiven* Dimension beigetragen hat und vice versa. Mit seiner Ausdruckskraft und Reichweite hat das Kino mit der Ausformulierung des *Jugendfilms* schlussendlich Einfluss auf die moderne Idee von Jugend genommen. Die hier vorgeschlagene kritische Auseinandersetzung mit *Jugendfilm* soll einen Zugang zu einem anderen Blick auf Jugend eröffnen. Ein Blick, der in vielen Filmen durchaus angeboten wird. Besonderes Interesse soll hier der Inszenierung des Verhältnisses zwischen Jugend- und Erwachsenenwelt gelten. Mit Bezug auf die semantisch-narrative Medienanalyse nach Müller und Grimm kann dieses über die Figuren- und Raumkonstellation analysiert werden, d. h. die Art und Weise, wie Figuren innerhalb abstrakter oder konkreter Räume zueinander angeordnet sind, gibt Aufschluss über ihre Handlungs- und Interaktionsmöglichkeiten.²⁸

4. Deskriptive Merkmale des Jugendfilms in *How to Sell Drugs Online (Fast)*

Wie in der ersten Folge der Serie *How to Sell Drugs Online (Fast)* zu verfolgen ist, ergibt sich die Handlung des *Jugendfilms* „aus dem (kollektiven oder individuellen)

²⁶ Considine 1985: 273.

²⁷ Considine 1985: 274.

²⁸ Vgl. Müller/Grimm 2016: 64–67.

Begehren eines sozialen Ziels, das häufig nur in der Welt der Jugendlichen Relevanz besitzt²⁹ : Das ursprüngliche Ziel der Protagonisten Moritz (Maximilian Mundt) und Lenni (Danilo Kamperidis), den Innovationswettbewerb für ihren Gamer-Shop *MyTems* zu gewinnen, wird schnell von Moritz' Bedürfnis ersetzt, seine Freundin Lisa (Lena Klenke) zurückzuerobern, was dann zur überraschend erfolgreichen Gründung des Online-Drogen-Shops *MyDrugs* führt. Die Konflikte, die aus Moritz' Einstieg ins Drogengeschäft und seinem Liebeskummer entstehen, bilden den roten Faden der ersten Staffel. Dem klassischen dramaturgischen Prinzip des *Jugendfilms* entsprechend, erzählt die Handlung vom „Ende [einer] sorglosen Zeit“³⁰ und manifestiert sich durch verschiedene Grenzerfahrungen³¹: Mit dem Erfolg von *MyDrugs* besteht Moritz' Herausforderung zunehmend darin, sich mit gesellschaftlichen und moralischen Anforderungen auseinanderzusetzen, die eher der Erwachsenenwelt zugeordnet werden als der eines Oberstufenschülers. Ebenso muss er erkennen, dass er Lisa nur zurückgewinnen kann, wenn er sich – und damit auch ihre Beziehung – weiterentwickelt. Diese andauernde Suchbewegung und Rastlosigkeit, die für das Genre üblich ist, scheint – so die Schlussfolgerung des dramaturgischen Prinzips – nur durch die Erwachsenenwerdung aufgelöst werden zu können.³²

Innerhalb eines institutionalisierten Rahmens, wie der Schule oder der Familie, in dem sich die Jugendlichen in unterschiedlich explizit formulierten Abhängigkeitsverhältnissen befinden, konzentriert sich die *räumliche Gestaltung* der Filme auf „Räume des Dazwischens“³³, wie Schulkorridore oder die Mensa, d. h. Räume, die kein Ankommen oder „sich einrichten“ ermöglichen bzw. dafür nicht vorgesehen sind. In *How to Sell Drugs Online (Fast)* entfaltet sich die Handlung zudem zunehmend in digitalen Nachrichtenprogrammen. So entstehen weitestgehend abgeschlossene Handlungsräume, in denen die Jugendlichen unter sich agieren, ohne die gesellschaftliche Ordnung grundlegend zu irritieren – sei es, weil keine Berührungspunkte entstehen oder weil die Erwachsenen, wie z. B. Moritz' Vater, mit digitaler Unkenntnis ausgestattet werden. Das Verhältnis zwischen Jugend- und Erwachsenenwelt basiert auf Gegensatz, Konflikt (z. B. Lisas Verhältnis zu ihren in Scheidung lebenden Eltern) oder ist „durch die Abwesenheit von erwachsenen Figuren bei gleichzeitiger Anwesenheit einer elterlichen Moral gekennzeichnet“³⁴.

²⁹ Schumacher 2013: 307.

³⁰ Schumacher 2013: 306.

³¹ Driscoll und andere verweisen hier auf das von Arnold van Gennep geprägte Konzept der Übergangsriten (*rites de passage*). Vgl. Driscoll 2011: 66.

³² Vgl. ebd.

³³ Schumacher 2013: 307.

³⁴ Ebd.: 308.

Durch die Betonung spezifischer jugendkultureller Praktiken und Attribute (Medien, Musik, Mode oder Sprache) wird die Welt der Jugendlichen als Gegenkultur der Erwachsenen etabliert.

Das Figurenensemble des *Jugendfilms* ist in der Regel „stark typisiert“³⁵. Moritz und seine Mitschüler_innen werden mit Merkmalen der sogenannten Generation Z vorgestellt: „Jeder von uns hat das gesamte Wissen der Menschheit in der Hosentasche, könnte mit einem Klick berühmt werden, von seinem Kinderzimmer aus die Welt verändern, unbegrenzte, technologische Möglichkeiten. Und was machen wir damit? Face-Swap.“³⁶



Abb. 1: Generation Z. Screenshot aus *How to Sell Drugs Online (Fast)*: 00:05:50

Ferner beschreibt Moritz sich und seinen Freund Lenni gegenüber seinem „großen, gut aussehenden, beliebten“³⁷ Kontrahenten Daniel (Damian Hardung), als Nerds und Loser. Die Mädchen erfüllen – wie allzu häufig – vorwiegend die Funktion der „love interests“³⁸; eine Kritik, der die Macher_innen in der zweiten Staffel entgegenzuwirken versuchen. Dafür nutzen sie unter anderem das genretypische Prinzip „the wild and the mild“³⁹, d. h. sie inszenieren die Figuren entweder als Grenzgänger_innen oder Hoffnungsträger_innen: „pushing their characters to the extreme ends of moral and social acceptability scale, or [...] thoughtfully and effectively examining the realistic conditions and positive energies of teenagers“⁴⁰.

³⁵ Ebd.: 307.

³⁶ *How to Sell Drugs Online (Fast)*. S01E01, 00:05:45.

³⁷ Ebd. 00:07:35.

³⁸ Vgl. Hillmer 2020.

³⁹ Shary 2012: 584.

⁴⁰ Ebd.

Das Serienformat bietet hier unter anderem Raum, in den Darstellungen zu variieren und Erwartungen und Stereotype zu unterlaufen.

How to Sell Drugs Online (Fast) kann als Beispiel gesehen werden, die standardisierten Muster des *Jugendfilms* kreativ aufzugreifen, sie zu erweitern und neu zu arrangieren. Gleichzeitig, und trotz des Erfolgs unter nicht-jugendlichen Zuschauer_innen, lässt sich auf *normativer* Ebene beobachten, was Driscoll als Klassifikationssystem bezeichnet. So dreht sich die zentrale Kritik um die Wirkung der Serie auf ihre vermeintliche Zielgruppe. Es heißt, sie verherrliche den Drogenkonsum von Jugendlichen, ohne die negativen Seiten zu thematisieren.⁴¹ Stefan Tietze, der Drehbuchautor der Serie, reagiert darauf in einem Interview mit dem *Fluter-Magazin*:

Ich finde nicht, dass unsere Serie Drogen verherrlicht. Ich finde es aber auch nicht sinnvoll, eine Serie mit erhobenem Zeigefinger zu schreiben. Dafür ist das Thema zu komplex. In der Serie gibt es viele Storylines und Charakter mit unterschiedlichen Blickwinkeln. Ich bin sicher, dass diese clevere, reflektierte Generation, die ja auch für die richtigen Dinge auf die Straße geht, ihre eigenen Schlüsse ziehen kann. Darum würden wir die Serie wieder so machen. Ich glaube nicht, dass wir die Erziehungsberechtigten unseres Publikums sind.⁴²

Die Perspektive sowie die Verantwortung, die in der Auseinandersetzung mit Jugend im Kino eingenommen bzw. übernommen werden, gestalten dessen Form also grundlegend mit. Am Beispiel von *Jumbo* soll im Folgenden aufgezeigt werden, wie sowohl auf *deskriptiver* wie auch analytischer Ebene eine Perspektive eingenommen werden kann, die der jugendlichen Protagonistin und somit auch den Zuschauer_innen, Raum und Anstoß bietet, den Geltungsbereich von Erzählungen von Jugend zu erweitern bzw. die Grenzen zwischen vermeintlicher Jugend- und Erwachsenenwelt in Frage – und in ein anderes Licht – zu stellen. Mit dem Fokus auf der ästhetischen Konstruktion soll nicht danach gefragt werden, was der Film über Jugend *sagt*, sondern was durch das Motiv Jugend *sichtbar* wird.

5. Jugend als ästhetisches Motiv in *Jumbo*

Obgleich Jeanne durch ihr Alter (nicht mehr schulpflichtig) und ihre finanzielle Unabhängigkeit (Job im Freizeitpark) keine klassische Jugendfigur darstellt, lässt sich das Geschehen in *Jumbo* aufgrund verschiedener Merkmale des *Coming-Of-Age* als adoleszenter Reifeprozess lesen. Dies äußert sich durch die starke Mutter-Kind-Beziehung sowie die Konfrontation „mit verschiedenen Grenz- und Schwellen-

⁴¹ Seitler 2019.

⁴² Hillmer 2020.

situationen“⁴³, wie der Emanzipation von der Mutter, Jeannes erster Liebe und sexueller Begierde. Diese Erfahrungen werden durch die räumliche Inszenierung erfahrbar und verdichtet. Zoé Wittock verzichtet dabei allerdings auf die kategorische Trennung von Jugend- und Erwachsenenwelt. Sie inszeniert den Zustand ihrer Protagonistin stattdessen durch die Trennung von Tag und Nacht sowie die Interaktion mit Menschen oder mit der Maschine, *Jumbo*. Der Film thematisiert einen universellen Konflikt, der die Welt der gesellschaftlichen Konventionen von der Welt des Möglichen, aber Unkonventionellen, unterscheidet. Jeanne verliebt sich in das Fahrgeschäft Jumbo und stößt mit ihrem Wunsch, eine *ganz normale* Beziehung mit ihm führen zu wollen, auf Unverständnis. Der dramaturgische Konflikt resultiert aus ihrem Bedürfnis, beide Welten zusammenzuführen, einen dritten Raum zu schaffen, in dem sie innerhalb ihres sozialen Umfelds Akzeptanz erfährt.

Im Verlauf des Films wirft Jeannes Verehrer und Vorgesetzter Bruno ihr vor, nicht mehr ganz normal zu sein. Jeanne entgegnet, es sei an ihm und ihrer Mutter, die Augen zu öffnen. Immer wieder wird den Zuschauer_innen der zerberstende Licht- und Farbenstrudel vorgeführt, in dem die junge Frau ihren Geliebten Jumbo in der nächtlichen Zweisamkeit ihrer Treffen wahrnimmt (Abb. 2).

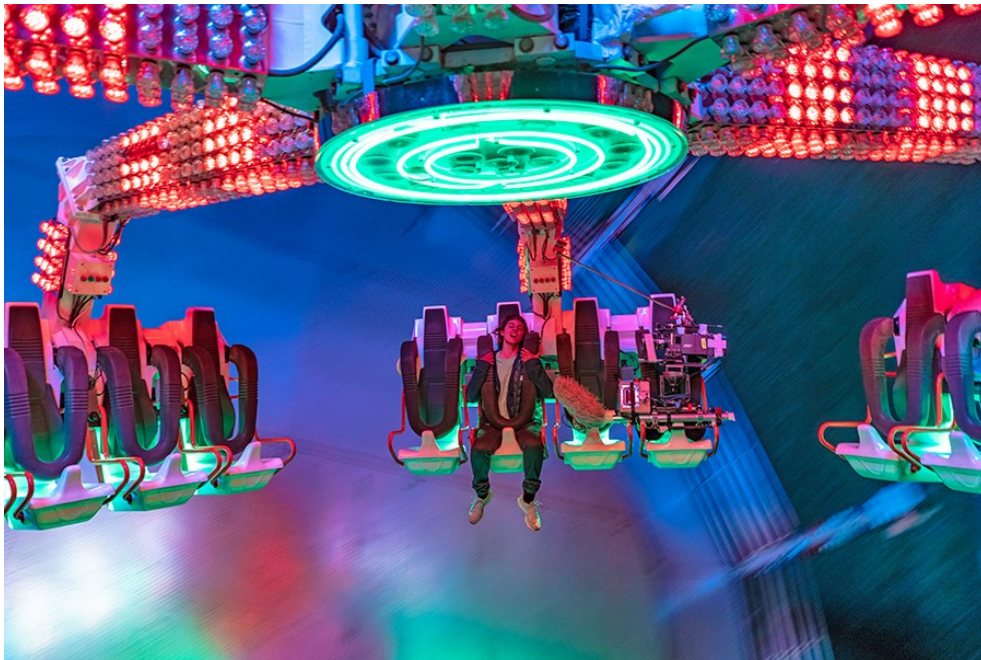


Abb. 2: Jeanne (Noémie Merlant) und Jumbo in *Jumbo*. II Williamk

⁴³ Münschke 2018.

Anders über Jugend im Film zu sprechen, bedeutet eine andere Perspektive einzunehmen. Jeannes Perspektive auf *Jumbo* als Licht- und Farbenstrudel führt dies in besonderer Weise vor, indem diese Inszenierungsform ihre Verliebtheit zum Ausdruck bringt. Jeanne erkennt etwas in Jumbo, das ansonsten unzugänglich ist, weil es sozialen Normen widerspricht. Der Film eignet sich deshalb so gut, um das ästhetische Potenzial von Jugend als Motiv, im Gegensatz zur Repräsentation sozialer Vorstellungen von Jugend, deutlich zu machen, da die Erzählung in der realen Welt verortet ist und nicht etwa eine fantastische Traumwelt konstruiert. Die „ästhetische Inszenierung“⁴⁴ in *Jumbo* führt vor, „wie sehr das Wirkliche ein Mögliches und wie sehr das Mögliche ein Wirkliches ist“⁴⁵. Im Grunde könnte alles so auch in der außerfilmischen Realität geschehen: Jeannes Liebe zu Jumbo ist echt, sie findet in keiner surrealen Parallelwelt statt. Der Ort existiert tatsächlich, wie auch die gezeigten Gegenstände. „Ich wollte nichts zu Konkretes, das meine Vorstellung einschränkt“, erzählt Regisseurin Zoé Wittock, „aber ich war mir einer Sache sicher, dass ich keine Maschine, wie in *Transformers*, wollte. Es musste im Machbaren bleiben, ohne Spezialeffekte zu benötigen.“⁴⁶ Objektophilie existiert, die Geschichte von Jeanne basiert auf realen Vorbildern. Und doch provoziert sie Irritation, indem die Inszenierung zeitweise die Möglichkeiten des Fiktionalen voll auszuschöpfen versteht. Das Fahrgeschäft scheint zum Leben zu erwachen. Jedoch nimmt Jeanne – und das Publikum, das ihrer Perspektive folgt – im Angesicht seiner Bewegungen und Farben „keine andere als die Welt der sinnlichen Objekte wahr, aber [sie] nehmen sie durchaus anders wahr: mit einem gesteigerten Gefühl für das Hier und Jetzt der Situation, in der sich die Wahrnehmung ereignet“⁴⁷. Ästhetische Wahrnehmung kann, so der Philosoph Martin Seel, „anfangen, wo immer sie will – bei der Lektüre einer Kritik oder einer Theorie, beim Aufwachen im Zug oder mit dem Besteigen eines Bergs.“⁴⁸ Aufgrund ihrer Inszeniertheit bieten die Künste jedoch eine besondere Dichte ästhetischer Erfahrungen. Jugend im Film lässt sich somit als *inszenierte Jugend* bezeichnen, die sicherlich von ihrer sozialen Konstruktion geprägt ist oder auf diese verweist, sich durch ihre Inszenierung jedoch aus der gewohnten Ordnung heraushebt und so „von einer anderen, ansonsten unzugänglichen Seite zeigt.“⁴⁹

Am Beispiel der „Papiertüte im freien Flug“⁵⁰ aus Sam Mendes’ *American Beauty* (1999) beschreibt Seel, was aus der gesteigerten Aufmerksamkeit für die ästhetische Konstruktion folgt: Die beiden Jugendlichen schauen gemeinsam das

⁴⁴ Seel 2007: 60.

⁴⁵ Ebd.: 63.

⁴⁶ Rezo Films 2019: 13. Aus dem Französischen übersetzt von der Autorin.

⁴⁷ Seel 2007: 14.

⁴⁸ Ebd.: 19.

⁴⁹ Ebd.: 13.

⁵⁰ Die Szene ist auf YouTube zugänglich.

Video, das nichts weiter zeigt als eine Tüte, die vom Wind bewegt wird. Sie widmen ihre Aufmerksamkeit dem unmittelbar Gegenwärtigen. Das Video sowie dessen Inszenierung innerhalb des Films hat keine andere Bedeutung, als dass seine Wahrnehmung eine gemeinsame Erfahrung der beiden Protagonist_innen beschreibt. Diese Beobachtung lässt sich, sowohl auf der Ebene der Diegese wie auch der Rezeption, auf *Jumbo* übertragen: Jeanne sieht die Freizeitpark-Attraktion durch „nichts weiter als eine Konzentration auf das sinnlich Erscheinende“⁵¹. Dadurch findet eine Veränderung der Atmosphäre statt. Deutungen und Bedeutungen geraten in die Schwebe. Auch für die Zuschauenden findet durch die Inszenierung der Beziehung zwischen Jeanne und Jumbo eine „Art der Weltbegegnung“ statt, die „vom Betrachter weitergedacht werden will; [sie] leitet die Imagination über die Grenzen des Wahrnehmbaren hinaus“⁵². Die Welt in *Jumbo* ist real, die künstlerische Inszenierung „zehrt von den Erfahrungen außerhalb der Kunst“⁵³. Wittock erzählt eine, im wahrsten Sinne des Wortes, *wahrhaftige* und doch ungewöhnliche Geschichte. Um zu verhindern, dass die Zuschauer_innen Strategien der Neutralisierung oder Distanz entwickeln, hat sie sich verschiedener Stilmittel bedient. Dazu gehören unter anderem die Figur der Mutter, die als „alter ego“ durch ihre anfängliche emotional geäußerte Irritation einer möglichen Haltung des Publikums entspricht, oder auch die Entscheidung, Jeanne, trotz ihres Alters, einen kindlichen „Look“⁵⁴ zu verpassen. Die Wahl des ungewöhnlichen Themas erlaubt bzw. braucht vielleicht sogar solche konsequenten Orientierungen an Strukturen des *Jugendfilms*. Auf diese Weise gelingt es, die Geschichte in ihrer emotionalen Dichte und Dringlichkeit zugänglich zu machen, sie über die Verwendung bekannter Erzähl- und Deutungsmuster in den Bereich des Unbekannten zu überführen und sie so zu einem Erfahrungsprozess der Zuschauer_innen zu machen.

6. Fazit und Ausblick

Resümierend soll an dieser Stelle gefragt werden, auf welche Weise diese Perspektive einen anderen Zugang in der Auseinandersetzung mit Jugend und Kino ermöglicht. Das ästhetische Potenzial von Jugend in den Blick zu nehmen beschreibt die Bemühung, „am Bestimmten das Unbestimmte, am Realisierten das Unrealisierte, am Fasslichen das Unfassliche“⁵⁵ zu erkennen. In ihrem Aushandlungsprozess mit sich und der Welt bietet Jugend eine Art der Durchlässigkeit und

⁵¹ Seel 2007: 19.

⁵² Ebd.: 20.

⁵³ Ebd.: 66.

⁵⁴ Rezo Films 2019: 14.

⁵⁵ Seel 2007: 66 [Herv. i. Original].

eignet sich als künstlerisches Motiv besonders, um Alternativen von Welt auszuformulieren und auszuprobieren. Anders über Jugend im Film zu sprechen, bedeutet auch, andere Filme in die Betrachtung mit einzubeziehen, die sich nicht unter dem konventionellen Begriff *Jugendfilm* fassen lassen und die jugendliche wie erwachsene Zuschauer_innen gleichermaßen betreffen. Es bedeutet, das Verhältnis von Jugend- und Erwachsenenwelt zu befragen und auch die Art und Weise der Kommunikation von Jugend im Kino neu zu arrangieren.

David M. Considine bemerkt bereits 1985, Adoleszenz sei die Zeit von Rollenspiel und Experimenten. Daher verlange und ermögliche sie auch eine größere Vielfalt in der filmkünstlerischen Darstellung.

Der Artikel möchte daran anknüpfen und fordert abschließend keinen breiteren Begriff vom *Jugendfilm*, da es nicht nur um Kino für Jugendliche geht, sondern regt dazu an, auch die Auseinandersetzung mit Jugend im Film diverser und inklusiver zu gestalten und jugendaffine Themen auch außerhalb jugendspezifischer Räume zu berücksichtigen.

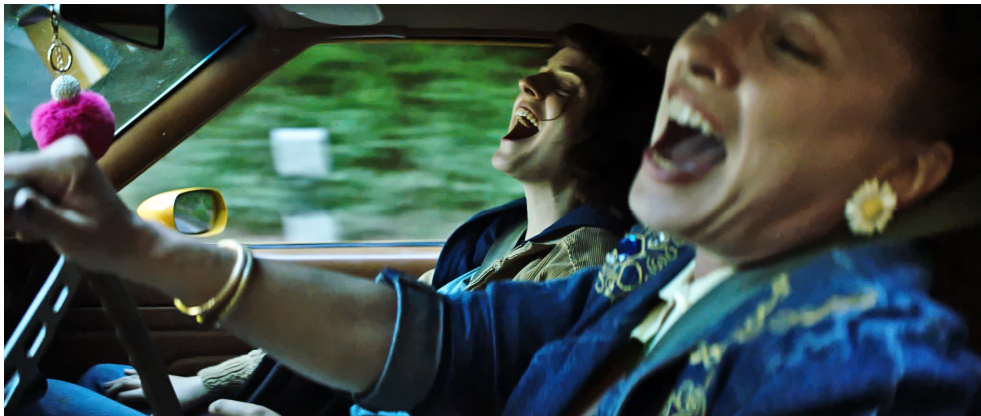


Abb. 3: Jeanne (Noémie Merlant) und ihre Mutter (Emmanuelle Bercot)

Literaturverzeichnis

- AG Kino Gilde e. V. (2020): „Die Arthouse-Kinobetreiber zeichnen Filme im Wettbewerb der Berlinale 2020 und in der Sektion *Generation 14plus* aus“ (Pressemitteilung). agkino.de. <https://www.agkino.de/die-arthouse-kinobetreiber-zeichnen-filme-im-wettbewerb-der-berlinale-2020-und-in-der-sektion-generation-14plus-aus/> (16.06.2020).
- Considine, David M. (1985): *The Cinema of Adolescence*. Jefferson & London: McFarland.
- Driscoll, Catherine (2011): *Teen Film. A critical introduction*. Oxford/New York: Berg.
- Griese, Hartmut M. (2014): „Jugend – immer noch ein soziales Problem? Persönliche Anmerkungen nach 30 Jahren.“ In: Groenemeyer, Axel/Hoffmann, Dagmar (Hrsg.): *Jugend als soziales Problem – soziales Problem der Jugend? Diagnosen, Diskurse und Herausforderungen*. Weinheim/Basel: Beltz.
- Hafeneger, Benno (1995): *Jugendbilder. Zwischen Hoffnung, Kontrolle, Erziehung und Dialog*. Opladen: Leske + Budrich.

- Hauptverband Cinephilie (17.11.2020): *Zur Filmbildung. Positionspapier des Hauptverbands Cinephilie*. http://www.hvcinephilie.de/wp-content/uploads/2020/11/HvCPositionspapier_Filmbildung.pdf (22.11.2020).
- Hickethier, Knut (2007): *Film- und Fernsehanalyse*. Stuttgart und andere: Metzler.
- Hillmer, Kathrin (2020): „Wir sind nicht die Erziehungsberechtigten unseres Publikums“. <https://www.fluter.de/how-to-sell-drugs-online-fast-titze-interview-netflix> (05.08.2020).
- Kalle, Matthias (2019): „Verpasst.“ In: *Zeit-Magazin*. S. 23.
- King, Vera (2013): *Die Entstehung des Neuen in der Adoleszenz*. Hamburg: Springer.
- Kümmerling-Meibauer, Bettina (2010): „Kinder- und Jugendfilm“. In: Kümmerling-Meibauer, Bettina/Koebner, Thomas (Hrsg.): *Filmgenres*. Stuttgart: Reclam.
- Müller, Michael/Grimm, Petra (2016): *Narrative Medienforschung. Einführung in Methodik und Anwendung*. München/Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.
- Münschke, Frank (2018): „Coming-Of-Age-Film“. [kinderundjugendmedien.de](http://www.kinderundjugendmedien.de/index.php/begriffe-und-termini/2482-coming-of-age-film). <http://www.kinderundjugendmedien.de/index.php/begriffe-und-termini/2482-coming-of-age-film> (19.06.20).
- Rezo Films (2019): *Jumbo. Un film de Zoé Wittock* (Presskit). <http://www.rezofilms.com/distribution/jumbo> (05.08.2020).
- Schneider, Wolfgang/Saez, Jean-Pierre (Hrsg.) (2014): *Das Recht auf Kulturelle Bildung: Ein deutsch-französisches Plädoyer*. B&S Siebenhaar.
- Schumacher, Julia (2013): „Jugendfilm“. In: Kuhn, Markus/Scheidgen, Irina/Weber, Nicole Valeska: *Filmwissenschaftliche Genreanalyse. Eine Einführung*. Berlin und andere: De Gruyter.
- Seel, Martin (2007): *Die Macht des Erscheinens. Texte zur Ästhetik*. Frankfurt/Main: Suhrkamp.
- Seitler, Pia (2019): „Wie realistisch ist ‚How to Sell Drugs Online (Fast)‘?“ [bento.de](https://www.bento.de/tv/how-to-sell-drugs-online-fast-wie-realistisch-ist-die-netflix-serie-a-f3eafd89-9c08-42c9-9601-0af8c32b7ca6). <https://www.bento.de/tv/how-to-sell-drugs-online-fast-wie-realistisch-ist-die-netflix-serie-a-f3eafd89-9c08-42c9-9601-0af8c32b7ca6> (05.08.2020).
- Shary, Timothy (2012): „Teen Films: The Cinematic Image of Youth“. In: Grant, Barry Keith (Hrsg.): *Film Genre Reader IV*. University of Texas Press.
- Walberg, Hanne (2011): *Film-Bildung im Zeichen des Fremden. Ein bildungstheoretischer Beitrag zur Filmpädagogik*. Bielefeld: transcript.

Medienverzeichnis

- Jumbo*. FR, B, L 2019, Zoé Wittock.
- How to Sell Drugs Online (Fast)*. Staffel 1, Episode 1. D 2019 – , Philipp Kässbohrer/Matthias Murmann. Netflix.
- „American Beauty ~ Plastic Bag Scene“. QuestionUreReality, *YouTube* (17.05.2011), <https://www.youtube.com/watch?v=Qssvnj5Moo> (16.08.2020).

Abbildungsverzeichnis

- Abb. 1: Generation Z. Screenshot aus *How to Sell Drugs Online (Fast)*: 00:05:50
- Abb. 2: Jeanne (Noémie Merlant) und Jumbo in *Jumbo*. I Williamk

Abb. 3: Jeanne (Noémie Merlant) und ihre Mutter (Emmanuelle Bercot) © 2019 Insolence Productions – Les Films Fauves – Kwassa Films