

Rezension: Katharina Staubach (2020): Multimodale Sehflächen auf den T-Shirts von Jugendlichen. Eine semiotische Studie zu Prozessen jugendlicher Selbstinszenierung. Tübingen: Stauffenburg Linguistik

Katharina Staubach widmet sich multimodalen Sehflächen auf T-Shirts im Hinblick auf deren Bedeutung für Selbstinszenierungsprozesse Jugendlicher. Sie untersucht die These, dass Jugendliche bei ihrer Identitätssuche die entsprechenden Angebote der Kleidungsindustrie aufgreifen und zur Selbstinszenierung nutzen. Staubach kommt auf empirisch belastbarer Grundlage zu dem Ergebnis, dass die Verwendung der T-Shirt-Aufdrucke als identitäts-kommunizierende Mittel situations- und kontextabhängig ist.

Um die Relevanz des Themas zu begründen, werden drei Argumente herangezogen: Erstens machten mit Sprache-Bild-Texten bedruckte T-Shirts und Sweatshirts den größten Teil jugendlicher Oberbekleidung aus. Zweitens könne man in unserer gegenwärtigen Gesellschaft von einer fortschreitenden Entkopplung von Habitus und sozialem Stil sprechen, wodurch die Kleidungsindustrie eine zunehmend stilgenerierende Funktion einnehme. Und drittens sei in der Lebensphase *Jugend* die Bedeutung von Körper und damit auch Kleidermode als Kommunikationsmittel individueller und kollektiver Überzeugungen besonders hoch.

Die zentrale Frage der Untersuchung wird in zwei methodisch verschiedene Teilfragestellungen zerlegt:

- Teilfragestellung 1: Welche Identitätsangebote werden dem jugendlichen T-Shirt-Träger eröffnet?
- Teilfragestellung 2: Werden diese Identitätsangebote von den Jugendlichen aufgegriffen und zum Zweck der Selbstinszenierung verwendet?

Zunächst werden nach dem Verfahren der qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring (2015) die T-Shirt-Aufdrucke aus einer semiotischen Perspektive analysiert.¹ Nach der so betrachteten Produktperspektive wird im nächsten

1 Die insgesamt 232 im Rahmen einer Vorstudie (Staubach 2017) und den zwei hier vorgelegten Hauptstudien untersuchten Aufdrucke stammen von T-Shirts jugendlicher Schüler von drei Gesamtschulen und drei Gymnasien im Ruhrgebiet der Jahrgänge 7–10, welche

Schritt mit der nächsten Teilfrage die Rezipientenperspektive herangezogen. Diese ergibt sich aus Gruppendiskussionen und Einzelinterviews mit einigen der Jugendlichen über eigene oder beispielhaft ausgewählte T-Shirt-Aufdrucke.

Das zweite Kapitel widmet sich in vier Unterkapiteln dem der Arbeit zugrundeliegenden Begriff der Multimodalität. Staubach beleuchtet zuerst den Modalitätsbegriff (Kap. 2.1.) und stellt im Hinblick auf die grundsätzlichen Eigenschaften statischer Bilder dar, dass diese holistisch schnell erfasst werden könnten, was sie für T-Shirt-Aufdrucke, die in Alltagssituationen nur kurz betrachtet würden, als besonders geeignet erscheinen lässt. Sodann verwendet sie den Begriff *Sprache-Bild-Texte*, um zu verdeutlichen, dass der sprachliche und der bildliche Anteil auf den untersuchten Sehflächen eine gleichwertige Bedeutung einnehmen. Im Weiteren wird also die linguistische *und* semiotische Strukturiertheit der T-Shirt-Aufdrucke betrachtet.

Die nun folgenden Teilkapitel zu Sehflächen und zur semiotischen Ausdifferenzierung bilden die theoretischen Vorüberlegungen, auf deren Grundlage die in Kapitel 4 (*Analyse der T-Shirt-Aufdrucke*) genutzten Analyse-Kategorien zur Einteilung der Aufdrucke erstellt wurden. Es wird dargelegt, dass das Zusammenwirken der sprachlichen und bildlichen Elemente der untersuchten Sprache-Bild-Texte darauf ausgelegt sei, eine intendierte Aussage schnell erfassbar für die Rezipienten zu gestalten sowie die inhaltliche Bedeutung der jeweils anderen Modalität aufzugreifen und zu verstärken. Staubach wählt für die Analyse der Sehflächen die dem Bottom-up-Prinzip folgende Methode der qualitativen Inhaltsanalyse.

Im dritten Kapitel bezieht Staubach die aus drei Unterkapiteln gewonnenen Erkenntnisse über sozialen Stil, den Begriff der Mode und über jugendliche Identität und Mode systematisch aufeinander. Kleidung sei ein besonders geeignetes Mittel der Selbstinszenierung, was sich einerseits aus der Notwendigkeit des Sich-Kleidens ergebe, andererseits aus den vielen verschiedenen Stilisierungsangeboten der Kleidungsindustrie und der bereits genannten wachsenden Bedeutung von Konsumgütern als identitätsausdrückenden und stilgenerierenden Mitteln. Stilisierungsangebote in den Produkten knüpften an ohnehin vorhandene soziale Stilisierungen an und ästhetisierten sie noch weiter.

Staubach definiert den Begriff Mode als „die wechselnde, relativ kurzlebige alters- bzw. gruppenspezifische Art, sich zu kleiden“ (S. 33). In dieser Defini-

an den Erhebungstagen ihr Lieblingsshirt mitbringen sollten. Das gewährleiste, dass das mitgebrachte T-Shirt für den Träger eine Bedeutung habe, was eine zentrale Voraussetzung für die Validität des Ergebnisses der Untersuchung sei.

tion verliert sie den vorher (S. 32) noch genannten Aspekt der Ästhetisierung aus den Augen, was aber im weiteren Verlauf keine Auswirkungen auf das Ergebnis der Untersuchung hat.

Die Ambivalenz der Mode wird damit begründet, dass sie einerseits Möglichkeiten zur Distinktion biete, andererseits beispielsweise durch das Aufgreifen bestimmter Trends erst zum Entstehen einer konformen Masse beitrage (Kap. 3.2.).

In Teilkapitel 3.3. führt Staubach die Betrachtungen zu sozialem Stil und Mode zusammen und wendet sie auf die Identitätsbildung der Jugendlichen an. Sprache-Bild-Texte auf den T-Shirts von Jugendlichen eröffneten Identitätsangebote, die als Mittel zur Selbstinszenierung dienen können. Außerdem lasse das sinnbildliche „An- und Ausziehen“ eines bestimmten Kleidungsstil-Angebots den Jugendlichen große Freiheiten beim Ausprobieren bestimmter Identitätsangebote. Hier schließt Staubach auf eine Bewusstheit des Inhalts der Sprache-Bild-Texte seitens der Jugendlichen. Das scheint zunächst theoretisch plausibel, wird im Fazit der Arbeit jedoch mit Rückblick auf die Erhebungsdaten als situations- und kontextabhängig relativiert. So entschieden sich beispielsweise manche Jugendliche dazu, ein bestimmtes T-Shirt zu tragen, obwohl sie dessen fremdsprachlichen Aufdruck nicht verstehen. Dann überwiege das Gefallen des T-Shirts die Bewusstheit des Inhalts der Sprache-Bild-Texte.

Im vierten Kapitel schließt sich die Analyse der T-Shirt-Aufdrucke als erster der beiden induktiven Teile der Dissertationsschrift an. Die oben bereits erwähnten Kategorien zur Analyse der Sehflächen teilen sich übergeordnet in *inhaltlich-strukturierende* sowie *formal-strukturierende Kategorien*. Damit können die T-Shirt-Aufdrucke sowohl inhaltlich als auch semiotisch analysiert werden. Zusätzlich werden die formal-strukturierenden Kategorien in Anlehnung an Stöckl (2004) in die Ebenen *geschriebene Sprache*, *statisches Bild* und *intermodale Zusammenhänge* eingeteilt. Hier zeigt sich wieder das Grundmuster der vorliegenden Arbeit, erst einzelne Bestandteile zu analysieren, um sie dann aufeinander zu beziehen.

Die folgende inhaltlich-strukturierende Analyse (Kap. 4.5.) zeigt, dass die betrachteten inhaltlichen Kategorien alle in einem plausiblen Zusammenhang zum Lebensabschnitt *Jugend* stehen.

Aus der formal-strukturierenden Analyse (Kap. 4.6.) zieht Staubach drei Schlüsse. Erstens seien die verschiedenen Modalitäten der T-Shirt-Sehflächen durch bestimmte formale Eigenschaften auf eine schnelle Erfassbarkeit hin ausgelegt. Zweitens könne die alltagsweltliche Annahme, dass die Träger von

T-Shirts etwa mit Selbstbetitelungen oder Statements im T-Shirt-Aufdruck mit ihrem Umfeld kommunizieren, anhand der Analyseergebnisse bestätigt werden. Die für eine Kommunikation notwendigen formalen Voraussetzungen seien gegeben. Und drittens bestünden bei den Sehflächen besonders häufig formale und inhaltliche Ähnlichkeiten zu jugendkulturell relevanten Bereichen.

In Kapitel 5, dem zweiten induktiven Teil der Untersuchung, wird mittels Gruppendiskussionen und Einzelinterviews geprüft, inwieweit die zuvor herausgearbeiteten potentiellen Identitätsangebote tatsächlich von Jugendlichen aufgegriffen und zur Selbstinszenierung eingesetzt werden. Staubachs Methode, sowohl Einzel- als auch Gruppengespräche zu führen, ist an dieser Stelle besonders passend, da so auf der einen Seite deutlich wird, welche persönliche Bedeutung ein T-Shirt für seine/n TrägerIn hat, und auf der anderen Seite, wie bestimmte Aufdrucke von einer Gruppe (anderer Jugendlicher) wahrgenommen werden. Diese Differenzierung braucht es auch, da sich ein T-Shirt-Träger, wenn er/sie sich selbst inszeniert, doch immer an ein Publikum wenden will.

Das letzte Kapitel stellt die Ergebnisse der semiotischen Analyse der T-Shirt-Aufdrucke, wieder nach inhaltlichen und formalen Kategorien geordnet, den Befragungsdaten gegenüber.

Insgesamt zeigen die Untersuchungen, *dass* der Großteil der analysierten potentiellen Identitätsangebote von den Jugendlichen aufgegriffen und als Teil von Selbstinszenierungsprozessen eingesetzt wird. Es gebe aber auch Kontexte, in denen die Ästhetik eines T-Shirts dessen Funktion als identitätskommunizierendes Mittel überwiegt. Aus formaler Perspektive ist vor allem die schnelle Erfassbarkeit der Sehfläche und aus inhaltlicher Perspektive die Eindeutigkeit des Identitätsangebots von zentraler Bedeutung. Staubach schließt mit Ansätzen für weitere Forschungen und schlägt vor, auch andere Sehflächen wie beispielsweise Jutebeutel oder Produktaufsteller mit Blick auf ihre identitätsbildende oder pragmatische Funktion zu analysieren.

Die Arbeit ist durch eine besonders gradlinige, gründliche und dichte Untersuchungs- und Argumentationsstruktur gekennzeichnet. Staubach überprüft ihre These nicht nur auf Grundlage der plausiblen, aber theoretischen Analyseergebnisse, sondern setzt diese zu aufwendig erhobenen Befragungsdaten in Bezug. Die Analysedaten werden überprüft und Staubach gelangt so zu differenzierten Schlüssen, die vermutlich die Realität der Jugendlichen zeigen. Durch das konstant angewandte Schema, erst einzelne Bestandteile getrennt voneinander zu analysieren, um sie danach in Verbindung mitein-

ander zu bringen, kommt sie auf einem festen Fundament aus Analyse- und Befragungsdaten zu einem klaren, nachvollziehbaren Ergebnis.

Es stellt sich allerdings die Frage, ob eine breiter diversifizierte Gruppe von Jugendlichen, beispielsweise in Bezug auf Alter, der Untersuchung nicht mehr Repräsentativität verliehen hätte. Denn es ist davon auszugehen, dass sich mit zunehmendem Alter das Inszenierungsverhalten ändert oder sogar einen höheren Stellenwert einnimmt.

Literatur

- Mayring, Philipp (2015): *Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken*. Weinheim/Basel: Beltz.
- Staubach, Katharina (2017): „Multimodale Sehflächen lesen. Eine semiotische Analyse jugendlicher Bekleidung“. In: *Zeitschrift für angewandte Linguistik* 66, S. 31–58.
- Stöckl, Hartmut (2004): „Bilder – Konstitutive Teil sprachlicher Texte und Bausteine zum Textstil“. In: *Mitteilungen des Deutschen Germanistenverbandes* 2 (2004), S. 102–120.