

Massimiliano Livi

Neotribalismus als Metapher und Modell

Konzeptionelle Überlegungen zur Analyse emotionaler und ästhetischer Vergemeinschaftung in posttraditionalen Gesellschaften

Nicht nur im alltäglichen Diskurs und in der Werbung hat es den Anschein, als ob der Individualismus an Strahlkraft verliert. Immer häufiger wird – gerade in medialen Narrationen – das »Ich« durch ein »Wir« mit unterschiedlichen Nuancierungen ersetzt. Auch die sozialwissenschaftliche Forschung konstatiert jenseits dieser eher feuilletonistischen Wir-Erzählung eine »Rückkehr des Kollektiven«, die erklärungsbedürftig ist und eine methodische Herausforderung darstellt.¹ Seit den 1980er-Jahren haben sich unzählige Formen als bedeutsam erlebter Vergemeinschaftung und Gestaltung von sozialen Beziehungen herauskristallisiert, etwa über lebensstil- und konsumorientierte Communities, kreative Zusammenhänge, Formen der Tauschwirtschaft, berufliche Kollaborationen oder politische Netzwerke. Sie erscheinen flüssiger und provisorischer als Milieus, Subkulturen oder soziale Bewegungen und sind deshalb nicht ohne Weiteres mit diesen etablierten sozialgeschichtlichen Kategorien zu erfassen. Es gilt zu entschlüsseln, wie weit diese Hinwendung der reichen postindustriellen Gesellschaften Europas zu unterschiedlichen Formen neuartiger kollektiver Identität reicht und inwiefern diese als eine Weiterentwicklung von modernen Basisprozessen wie der Individualisierung oder der Pluralisierung »nach dem Boom« aufgefasst werden können.²

Bereits Ende der 1980er-Jahre beobachtete der französische Soziologe Michel Maffesoli diese Dynamik und prägte dafür die Metapher des »Neotribalismus«. Damit beschrieb er die Formierung ephemerer sozialer Gebilde, die als vielfältige Netzwerke heterogener Personen existieren. Ihre Vergemeinschaftung vollziehe sich nicht anhand rationaler kognitiver Elemente, sondern aufgrund von ästhetischen, emotionalen oder von Konsum geprägten Bindungen.³ Maffesoli grenzte sich damit von einer dominanten Interpretation der Postmoderne ab, wonach diese primär von Individualisierung geprägt sei, das heißt von einer zunehmenden Herauslösung der Menschen »aus traditionellen Klassenbindungen und Versorgungsbezügen der Familie«, sodass diese »verstärkt auf sich selbst« gestellt seien.⁴ Er beobachtete vielmehr, wie durch sinnliche Erfahrung, Gefühle und nicht rationale und imaginäre Momente eine Pluralität von Rollen und Masken für das Individuum möglich werde, die in verschiedenen postmodernen Gemeinschaften zum Ausdruck komme. Es entstehe – so Maffesoli – ein heterodoxer Erkenntnisprozess, der eine neue Topologie des sozialen Zusammenhalts schaffe. Die Vertikalität der politischen Macht und die Orthodoxie des Wissens würden als unangemessen entblößt, es entstehe eine neue »Horizontalität der Kollektivmacht«.⁵

1 Vgl. nur Kirsten Brühl/Silvan Pollozek, *Die neue Wir-Kultur. Wie Gemeinschaft zum treibenden Faktor einer künftigen Wirtschaft wird*, Frankfurt am Main 2015.

2 Thomas Großbölting/Massimiliano Livi/Carlo Spagnolo (Hrsg.), *Jenseits der Moderne? Die Siebziger Jahre als Gegenstand der deutschen und der italienischen Geschichtswissenschaft*, Berlin 2014.

3 Michel Maffesoli, *Le temps des tribus. Le déclin de l'individualisme dans les sociétés de masse*, Paris 1988.

4 Ulrich Beck, *Jenseits von Stand und Klasse?*, in: *ders./Elisabeth Beck-Gernsheim* (Hrsg.), *Risikante Freiheiten. Individualisierung in modernen Gesellschaften*, Frankfurt am Main 1994, S. 43–60, hier: S. 44.

5 Michel Maffesoli, *Le rythme de la vie. Variations sur l'imaginaire postmoderne*, Paris 2004, S. 24.

In den 1990er-Jahren fand diese Metapher des Neotribalismus vor allem unter anglo-amerikanischen kulturtheoretischen Soziologen wie Zygmunt Bauman, Scott Lash oder John Urry große Resonanz.⁶ Im deutschsprachigen Raum erhielt sie hingegen deutlich weniger Zuspruch, nicht zuletzt wegen der offensichtlichen Schwierigkeit, Semantiken der Begriffe »Tribe« beziehungsweise »Tribù« durch »Stamm« oder »Sippe« zu replizieren.⁷ In Italien, Spanien und Portugal erlebt die neotribale Metapher im Sinne Maffesolis dagegen seit zwei Jahrzehnten einen regelrechten Boom, der sich in einer Fülle populärwissenschaftlicher und journalistischer Publikationen widerspiegelt, die »Tribe« als Etikett auf-führen.⁸ Diese Konjunktur wurde vor allem durch die empirischen Studien von Bernard Cova in der Marktforschung angekurbelt. Cova begründete Ende der 1990er-Jahre das sogenannte *tribal marketing* (zunächst unter dem Label »Marketing Mediterraneo«) als mediterrane Alternative zu dem dominierenden Gedanken eines One-to-One-Marketing im amerikanischen Stil und somit als Antwort auf ein neues postmodernes Bedürfnis nach Herstellung neuer sozialer Bindungen. Daraus ergibt sich die Grundannahme des *tribal marketing*, dass (mediterrane) Konsumenten Produkte und Dienstleistungen in Betracht ziehen, die sie mit anderen Menschen zu einer Community verbinden können.⁹ Mit dem *tribal marketing* begründete Cova vor allem eine kommunikative Praxis zur Identitätsstiftung, zur Befriedigung von Bedürfnissen und Erwartungen und letzten Endes zur Konsenskonstruktion, die in den vergangenen 20 Jahren in weiteren Feldern wie der Arbeitswelt und der Politik sowie sogar im Bereich des Religiösen (nicht immer intendiert) mit Erfolg aufgenommen und verbreitet werden konnte. Ohne Zweifel stehen sowohl die Reichweite als auch die Wirksamkeit des *tribal marketing* in direktem Zusammenhang mit der Informatisierung der Gesellschaft und der Entwicklung der »Network Society« beziehungsweise der »Turing-Galaxis«.¹⁰ Nicht zuletzt befindet sich die neotribale Metapher bereits seit längerer Zeit im Fokus von Studien des Medientheoretikers Derrick de Kerckhove oder des Ethnografen Robert Kozinets, die die Verwirklichung jener »Clusters of Affiliation« durch die Sozialen Medien beschreiben, die Marshall McLuhan bereits 1970 vorausgesehen hatte.¹¹

-
- 6 Scott Lash/John Urry, *Economies of Signs and Space*, Thousand Oaks 1993; Scott Lash/Jonathan Friedman (Hrsg.), *Modernity and Identity*, Oxford 1998; Zygmunt Bauman, *Liquid Modernity*, Cambridge/Malden 2000; Chris Rojek/John Urry, *Touring Cultures. Transformations of Travel and Theory*, London/New York 2002, aber auch die Analyse von David Evans, Michel Maffesoli's Sociology of Modernity and Post-modernity. An Introduction and Critical Assessment, in: *The Sociological Review* 45, 1997, S. 220–243.
- 7 Darauf weist der Augsburger Soziologe Reiner Keller hin, der sich bisher als Einziger in Deutschland intensiv mit dem Werk von Maffesoli beschäftigt hat, vgl. Reiner Keller, Michel Maffesoli. Eine Einführung, Konstanz 2006, und ders., Michel Maffesoli: Die Wiederkehr der Stämme in der Postmoderne, in: Stephan Moebius/Dirk Quadflieg (Hrsg.), *Kultur. Theorien der Gegenwart*, Wiesbaden 2006, S. 209–220; vgl. auch Stephan Moebius, *Die Zauberlehrlinge. Soziologiegeschichte des Collège de Sociologie (1937–1939)*, Konstanz 2006.
- 8 Nur um einige wenige Beispiele aus Italien zu nennen, vgl. zum Thema Konsum und Ernährung: Marino Niola, *Homo dieteticus. Viaggio nelle tribù alimentari*, Bologna 2015; zum Thema der Globalisierung der Identitäten und ihrer gleichzeitigen Fragmentierung: Duccio Canestrini, *Antropop. La tribù globale*, Turin 2014; als Begriff im politischen Bereich: Marco Aime, *Verdi tribù del Nord. La Lega vista da un antropologo*, Rom 2012, und im Kunstbereich: Achille Bonito Oliva, *Le tribù dell'arte. Galleria comunale d'arte moderna e contemporanea*, Mailand 2001.
- 9 Bernard Cova, *Marketing tribale. Legame, comunità, autenticità come valori del Marketing mediterraneo*, Mailand 2003.
- 10 Manuel Castells, *The Rise of the Network Society*, Malden/Oxford etc. 2010; Wolfgang Coy, *Die Turing-Galaxis – Computer als Medien*, in: Klaus Peter Dencker/Ute Hagel (Hrsg.), *Weltbilder, Bildwelten. Computergestützte Visionen*, Hamburg 1995, S. 48–53.
- 11 Marshall McLuhan, *Culture is our Business*, Eugene 1970; Robert V. Kozinets, *Netnography. Doing Ethnographic Research Online*, Los Angeles/London 2010.

In der Geschichtswissenschaft fand dieses Konzept aber bisher weder in Europa noch in den USA eine besondere Resonanz. In den letzten 15 Jahren haben sich vor allem die deutsche, italienische und nordamerikanische Geschichtswissenschaft in vielen Studien und Tagungen mit dem Kontinuitäts- beziehungsweise Zäsurcharakter der 1970er-Jahre und den danach eingetretenen Veränderungen auf den politischen, wirtschaftlichen, produktiven und sozialen Feldern beschäftigt. Die 1970er-Jahre werden als Krisenzeit¹², aber auch, bezogen auf die Finanzkrise, die herausgeforderten Nationalstaaten sowie in Bezug auf die Globalisierung, als Weichensteller für längerfristige Transformationen beziehungsweise als »Anfänge der Gegenwart« aufgefasst.¹³ Trotz der Hervorhebung einiger Basisprozesse des sozialen Wandels wie der bereits erwähnten Individualisierung (zum Beispiel durch die Einführung neuer Formen des Massenkonsums)¹⁴ oder der damit einhergehenden Pluralisierung der Lebensläufe und Lebensentwürfe und somit der Werte- und Normensysteme in einer dadurch immer komplexer werdenden Gesellschaft¹⁵ liegt der Fokus deutscher sozialhistorischer Analysen zur Zeit »nach dem Boom« eher auf dem transnationalen, wirtschaftlichen und technologischen Wandel.¹⁶

Vor allem bei der Annäherung an die nächsten historiografischen dekadologischen Schritte der 1980er- bis 2000er-Jahre scheint es, als ob das Soziale – im Sinne kollektiver Lebenserfahrungen, Lebensentwürfe und -praktiken – nicht mehr innerhalb des Untersuchungshorizonts der Sozialgeschichte liege. Die Formveränderung der Gesellschaft durch die Entstehung von neuartigen kulturellen, sozialen und ästhetischen Phänomenen wird meistens als Folge politischer und wirtschaftlicher Faktoren (wie der Liberalisierung des Finanzkapitalismus, der Herausforderung der Nationalstaaten durch die Globalisierung, der Schaffung des europäischen Binnenmarkts, der Revolution im Iran, des Nato-Doppelbeschlusses und Ähnliches) bewertet und nicht – vor allem phänomenologisch – in ihrer Wirkung auf die Umgestaltung von (nicht nur) sozialen Strukturen sowie der Schaffung neuer symbolischer Ordnungssysteme wahrgenommen.¹⁷ Stattdessen wurde das Soziale seit

12 Niall Ferguson/Charles S. Maier/Erez Manela u. a. (Hrsg.), *The Shock of the Global. The 1970s in Perspective*, Cambridge 2010; Konrad H. Jarausch (Hrsg.), *Das Ende der Zuversicht? Die siebziger Jahre als Geschichte*, Göttingen 2008; Anselm Doering-Manteuffel/Lutz Raphael, *Nach dem Boom. Perspektiven auf die Zeitgeschichte seit 1970*, 2., erg. Aufl., Göttingen 2010; Christoph Dipper/Paolo Pombeni, *Le ragioni del moderno*, Bologna 2014.

13 Morten Reitmayer/Thomas Schlemmer (Hrsg.), *Die Anfänge der Gegenwart. Umbrüche in Westeuropa nach dem Boom*, München 2014; Frank Bösch, *Kommunikative Netzwerke. Zur globalen Formierung sozialer Bewegungen am Beispiel der Anti-Atomkraftproteste*, in: Jürgen Mittag/Helke Stadtland (Hrsg.), *Theoretische Ansätze und Konzepte in der Forschung über soziale Bewegungen in der Geschichtswissenschaft*, Essen 2011, S. 149–166; Piero Craveri, *Gli anni Ottanta, la crisi del sistema politico, l'Italia contemporanea*, Novara 2007; Simona Colarizi/Piero Craveri/Silvio Pons (Hrsg.), *Gli anni Ottanta come storia*, Soveria Mannelli 2004; Marco Gervasoni, *Storia d'Italia degli anni Ottanta. Quando eravamo moderni*, Venedig 2010.

14 Vgl. Detlef Siegfried, *Time is on my Side. Konsum und Politik in der westdeutschen Jugendkultur der 60er Jahre*, Göttingen 2006; Anselm Doering-Manteuffel/Lutz Raphael/Thomas Schlemmer (Hrsg.), *Vorgeschichte der Gegenwart. Dimensionen des Strukturbruchs nach dem Boom*, Göttingen 2016, und insb. die Beiträge von Maren Möhring, *Ethnic Food, Fast Food, Health Food*, in: ebd., S. 309–332, und Frank Trentmann, *Unstoppable: The Resilience and Renewal of Consumption after the Boom*, in: ebd., S. 293–308.

15 Thomas Raithel/Andreas Rödder/Andreas Wirsching (Hrsg.), *Auf dem Weg in eine neue Moderne? Die Bundesrepublik Deutschland in den siebziger und achtziger Jahren*, München 2009.

16 Daniel T. Rodgers, *Age of Fracture*, Cambridge 2011; Andreas Rödder, *21.0. Eine kurze Geschichte der Gegenwart*, München 2015.

17 In diese Richtung gehen bis jetzt Alexander Sedlmaier, *Consumption and Violence. Radical Protest in Cold-War West Germany*, Ann Arbor 2014, und Tobias Gerstung, *Vom Industriemoloch zur Creative City?*, in: Doering-Manteuffel/Raphael/Schlemmer, *Vorgeschichte der Gegenwart*,

den 1990er-Jahren eher von jenen kulturhistorischen Ansätzen wiederbelebt und neu ausgerichtet, die dazu angetreten waren, es zu demontieren. Die von der Konsumgeschichte sowie von anderen Teilgebieten der Geschichtswissenschaft wie der *material* oder *body history* oder der Emotionsgeschichte bereitgestellten Perspektiven bieten viele neue Anhaltspunkte und zeigen, wie jüngst von Kathleen Canning hervorgehoben, sowohl die Möglichkeit als auch die Notwendigkeit eines »Return to the Social« in die Sozialgeschichte.¹⁸

Nicht zuletzt unterstreichen diese Bereiche der historischen Forschung, dass sich das Individuum in der »Spätmoderne« von den Bindungen an traditionelle (feste) gesellschaftliche Strukturen der Moderne emanzipiert, dies aber weder einen Triumph des Individualismus zur Folge hat noch starke kollektive Voraussetzungen und gemeinsame Bezüge für die Bildung neuer subjektiver Identitäten ausschließt. Die Geschichtswissenschaften im Allgemeinen und speziell die Sozialgeschichte haben in den letzten Jahrzehnten daher einige soziologische, politologische und sogar marketingbasierte Konzepte und Beschreibungsmodelle mit Gewinn übernommen, um (posttraditionale) Vergemeinschaftungsformen zu beschreiben, die sich nicht (mehr) in klassische Strukturmuster einordnen lassen. Darunter fallen beispielsweise die pragmatisch zweidimensional konstruierten »Sinus«-Milieus, das – inzwischen als überholt angesehene – Subkultur-Konzept des »Centre for Contemporary Cultural Studies« (CCCS) in Birmingham sowie Konzepte wie »Szene«, »Erlebnisgesellschaft«, »Lifestyle« oder »Pop«.¹⁹

Ohne an dieser Stelle die einzelnen Konzepte vertieft und differenziert erklären zu können, kann generell festgehalten werden, dass diese für die Sozialgeschichte vor allem den Zweck erfüllten, einige veränderte Handlungslogiken von traditionellen kollektiven Subjekten (Beamten, Mittelstand, Christen, Militär, Jugend, Frauen und anderen) und rationalisierten kollektiven Akteuren wie etwa Studenten, Bergarbeiter, Sekten oder Clubs sowie von weiteren Vergemeinschaftungsformen in einen aktualisierten kulturellen und sozialen Kontext einzufügen.²⁰ Gleichzeitig jedoch wird gerade bei der Untersuchung der Jahrzehnte seit 1980 deutlich, dass ein Zugang fehlt, der auch Handlungslogiken jener Subjekte – sowohl individueller als auch kollektiver Natur – erfassen kann, die sich weder durch demografische Merkmale wie Bildung, Beruf oder Einkommen noch durch ein bestimmtes Klassenbewusstsein oder eine politische beziehungsweise konfessionelle Zugehörigkeit begreifen lassen.

S. 149–170. Vgl. auch *Lewis Smith*, Tagungsbericht: New Subjectivities, New Emotions, New Politics. Oppositional Politics and Counter Cultures across the Iron Curtain during the Long 1970s, in: *H-Soz-Kult*, 9.1.2016, URL: <<http://hsozkult.geschichte.hu-berlin.de/tagungsberichte/id=6315>> [31.8.2017].

18 *Roman Wild/Magaly Tornay*, Tagungsbericht: The Good Years! Historical Trajectories 1980–2010, in: *H-Soz-Kult*, 13.8.2015, URL: <<http://www.hsozkult.de/conferencereport/id/tagungsberichte-6127>> [31.8.2017].

19 Vgl. dazu: *Benjamin Woo/Jamie Rennie/Stuart R. Poyntz*, Scene Thinking, in: *Cultural Studies* 3, 2014, S. 285–297; *Gerhard Schulze*, Die Erlebnis-Gesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart, Frankfurt am Main 1992; *Jürgen Danyel/Alexa Geisthövel/Bodo Mrozek*, Popgeschichte, Bd. 2: Zeithistorische Fallstudien 1958–1988, Bielefeld 2014.

20 Nur als Beispiel der Rezeption dieser Konzepte *Bodo Mrozek*, Subkultur und Cultural Studies. Ein kulturwissenschaftlicher Begriff in zeithistorischer Perspektive, in: *Alexa Geisthövel/ders./Kordula Röckenhaus* (Hrsg.), Popgeschichte, Bd. 1: Konzepte und Methoden, Bielefeld 2014, S. 101–125; *Ingvill C. Mochmann/Yasemin El-Menouar*, Lifestyle Groups, Social Milieus and Party Preference in Eastern and Western Germany. Theoretical Considerations and Empirical Results, in: *German Politics* 14, 2005, S. 417–437; *Markus Köster*, Entdecker der Erlebnisgesellschaft? Weimarer Jugendgeneration und moderne Freizeitkultur in der westfälischen Provinz, in: *Westfälische Forschungen* 47, 1997, S. 539–559.

Die Grundfrage und der Vorschlag dieses Beitrags sind also, zu eruieren, inwieweit die Sozialgeschichte Bedarf hat an neuen Modellen zum Verständnis gegenwärtiger Vergesellschaftungsformen in westlichen, urbanen, industrialisierten Gesellschaften und wie sie diese in ihren Untersuchungshorizont zurückholen kann. Welche Phänomene erlangen dadurch eine größere oder sogar überhaupt erst Sichtbarkeit? Welche Zusammenhänge zwischen Phänomenen der Spätmoderne aus unterschiedlichen gesellschaftlichen Bereichen lassen sich erfassen? Und welche Formveränderung der Gesellschaft und Umgestaltung ihrer Strukturen sowie welche Schaffung neuer symbolischer Ordnungssysteme und materieller Verhältnisse lassen sich so messen?

Durch eine Annäherung an die neotribale Phänomenologie wird in diesem Beitrag ein erster konzeptioneller und projektorientierter Vorschlag formuliert, dieser epistemologischen Herausforderung nachzugehen, um die »flüssigen« (im Sinne Zygmunt Baumanns)²¹ Bereiche der kulturellen, sozialen und ästhetischen Phänomene, die seit den 1980er-Jahren jenseits von politischen und wirtschaftlichen Faktoren den gesellschaftlichen Wandel markieren, in den Fokus der sozialhistorischen Analyse zu bringen.

Nach einer kurzen Einführung in die neotribale Begrifflichkeit wird der Versuch unternommen, anhand einiger Beobachtungen aus dem deutschen und italienischen Kontext sowohl einige Hauptmerkmale der neotribalen Phänomenologie zu fixieren als auch deren analytische Relevanz für die Sozialgeschichte zur Untersuchung neuartiger Formen von Identitätskonstruktion und sozialen Verbindlichkeiten in den westeuropäischen Gesellschaften hervorzuheben. Zum Schluss des Beitrags wird in einem Ausblick auf mögliche intersektionale Verknüpfungen der neotribalen Perspektive mit klassischen sozialwissenschaftlichen Kategorien wie Klasse, Gender, Religion oder Rasse hingewiesen.

I. WAS IST DAS NEOTRIBALE?

Mit dem zunehmenden Relevanzverlust der klassischen industriegesellschaftlichen sozialen Formen als strukturierende Identitätsfaktoren seit den 1970er-Jahren und dem Beginn einer Dynamik der Deregulierung und Flexibilisierung der sozialen Beziehungen, die eine Fragmentierung der Identitäten beziehungsweise eine Erosion der traditionellen Vergemeinschaftungsformen und der sozialen, politischen und konfessionellen Verortung mit sich gebracht haben, sind diese in den westeuropäischen Gesellschaften in ihrer identitätsstiftenden Funktion vor allem durch Konsum (in weitgefasstem Sinn) ersetzt worden.²² Obwohl, wie Bauman zusammenfasst, »one's place in society no longer comes as a gift [...] and the determination of social standing is replaced with a compulsive and obligatory self-determination«²³, bedeutet die Möglichkeit eines »shop around in the supermarket of identities«²⁴ trotzdem nicht die völlige Atomisierung des Individuums. Konsum neigt zwar dazu, Begehrlichkeiten zu individualisieren, standardisiert gleichzeitig aber auch neue (wenn auch flüssige) Verhaltens- und Identitätsmuster, die viel mit der Wahl neuer gemeinsamer Lebensstrategien gemein haben. Der französische Marktforscher Bernard Cova wagte Mitte der 1990er-Jahre die Prognose, dass der Individualismus nur eine Übergangsphase im Individualisierungsprozess darstellt, in dessen Vollendung »a reverse movement of a desperate

21 Bauman, *Liquid Modernity*.

22 Das entspricht bekanntlich der Individualisierungsthese von Ulrich Beck. Für eine kritische Auseinandersetzung mit diesem Standardwerk vgl. *Peter A. Berger/Ronald Hitzler* (Hrsg.), *Individualisierungen. Ein Vierteljahrhundert »jenseits von Stand und Klasse«?*, Wiesbaden 2010.

23 Zygmunt Bauman, *Identity in the Globalizing World*, in: *Social Anthropology* 9, 2001, S. 121–129, hier: S. 121.

24 Bauman, *Liquid Modernity*, S. 82–88.

search for the social link« wieder zum Vorschein komme und in dem die Entstehung neuer Gemeinschaften ausgelöst werde.²⁵ Es sei dieser Moment, in dem sich die individualisierten Identitäten zu neuen Gemeinschaften, zu neuen tribalen Gruppen zusammenfügen.

Tatsächlich lässt sich in den westeuropäischen Gesellschaften (aber auch in der US-amerikanischen) in den letzten 30 Jahren die Tendenz beobachten, dass Individuen, die dieselben Lebensstrategien gewählt haben und dieselben Erfahrungen machen, ihre subjektive Identität in ähnlichen Mustern (Patterns) suchen (und ausleben). Genauso wie die Pluralisierung des Werte- und Normensystems (Entnormativierung) nicht nur eine Deregulierung oder Reduktion traditioneller Werte bedeutet, führen Individualisierung und Pluralisierung nicht zwangsläufig zum Auftreten eines unverbindlichen *anything goes*, sondern (spätestens seit den 1980er-Jahren) vielmehr auch zur Ausgestaltung beziehungsweise zur Herausbildung neuer Formen sozialer Beziehungen.

Darunter auch jene *Communities*, »inherently unstable, small-scale, affectual and not fixed by any of the established parameters of modern society«²⁶, die Maffesoli, Cova und Bauman durch ähnliche Metaphern skizziert haben. Analog zu den »ästhetischen Gemeinschaften« von Zygmunt Bauman²⁷ beziehungsweise zu der »posttraditionalen Vergemeinschaftung« von Ronald Hitzler²⁸ bestehen in der soziologischen Narration die *neo-tribes* aus Individuen, die jenseits von demografischen Merkmalen wie Bildung, Beruf und Einkommen durch eine gemeinsame (von Konsum geprägte) Subjektivität, einen emotionalen Impuls, eine kollektive Vorstellungswelt oder ein gemeinsames Ethos miteinander verknüpft sind. Diese Art von Verknüpfung wird von Cova als »Link« benannt.²⁹ Bei den *neo-tribes* handelt es sich nach Cova also um nicht exklusive soziale Gebilde, die parallel zu weiteren traditionellen Vergemeinschaftungsformen existieren und von einer einzelnen Person in ihrem täglichen Leben zeitgleich erfahren werden.³⁰ Im Vergleich zu den traditionellen Subkulturen wie »Mods«, »Rocker«, »Teddy Boys«, »Biker«, »Ultras«, »Goths«, »Skins«, »Trekies« oder »X-Philers«³¹, die um bestimmte und vor allem permanente Interaktionsformen, Dresscodes und Lebensstile organisiert sind und über klar definierte Hierarchien sowie über ein (in-)formelles System der Mitgliedschaft verfügen³², sind *neo-tribes* hingegen ephemere und (anscheinend) akephale soziale Zusammenhänge, die ihre Verbindlichkeit und Zugehörigkeit nicht primär politisch (oder konfessionell oder anders), sondern durch eine Semantik der Emotionen und der Sehnsucht eher ästhetisch (hier und im

25 Bernard Cova, *Community and Consumption. Towards a Definition of the »Linking Value« of Product or Services*, in: *European Journal of Marketing* 31, 1997, S. 297–316, hier: S. 300.

26 Ebd.

27 Zygmunt Bauman, *Intimations of Postmodernity*, London/New York 1992.

28 Ronald Hitzler, *Posttraditionale Vergemeinschaftung. Über neue Formen der Sozialbindung*, in: *Berliner Debatte INITIAL* 9, 1998, H. 1, S. 81–89; ders./Anne Honer/Michaela Pfadenhauer, *Posttraditionale Gemeinschaften. Theoretische und ethnografische Erkundungen*, Wiesbaden 2008.

29 Bernard Cova, *Il marketing tribale. Legame, comunità, autenticità come valori del Marketing Mediterraneo*, Mailand 2003, S. 16.

30 Cova, *Community and Consumption*, S. 302.

31 Vgl. unter anderem Rolf Schwendter, *Theorie der Subkultur*, Köln/Berlin 1971; Dick Hebdige, *Subculture. The Meaning of Style*, London 1979; Ansgar Klein/Jupp Legrand/Thomas Leif (Hrsg.), *Subkultur und Subversion*, Wiesbaden 1995; Andy Bennett, *Subcultures or Neo-Tribes? Rethinking the Relationship between Youth, Style and Musical Taste*, in: *Sociology* 33, 1999, S. 599–617; Benjamin Woo, *Subculture Theory and the Fetishism of Style*, in: *Stream: Inspiring Critical Thought* 2, 2009, H. 1, S. 23–32.

32 Douglas Brownlie/Paul Hewer/Steven Treanor, *Sociality in Motion. Exploring Logics of Tribal Consumption among Cruisers*, in: Robert V. Kozinets/Bernard Cova/Avi Shankar (Hrsg.), *Consumer Tribes*, Amsterdam/Boston etc. 2007, S. 109–128.

Folgenden immer im etymologischen Sinn einer kollektiven Gefühlswahrnehmung gemeint) begründen.³³ Die Zugehörigkeit zu einem *neo-tribe* beruht daher nicht auf Konformität oder Exklusivität, sondern auf einem Zustand des Geists, der Individuen, auch Fremde, in einem tribalen Moment bindet.³⁴

Neo-tribes sind aus soziologischer Perspektive also hybride informelle Gemeinschaften, die sich als Ausdruck einer provisorischen Dynamik der multiplen und nicht selten widersprüchlichen Definition von situativen Identitäten und parallelen Verbindlichkeiten präsentieren. In der Tat existieren *neo-tribes* meistens »in no other form but the symbolically and ritually manifested commitment of their members«.³⁵

Für Historikerinnen und Historiker lassen sich *neo-tribes* daher besser als Phänomene und Semantiken und schwieriger als konstituierte Gruppen begreifen. Denn erst durch die Übertragung der neotribalen Metapher auf eine empirisch greifbare Ebene ist es möglich, zu erfassen, inwieweit die unterschiedlichen Formen der Verflüssigung der westeuropäischen Gesellschaften, die Etablierung von neuen Diskurs- und Handlungspraxen im Zusammenhang mit der Entwicklung neuer kommunikativer Interaktionsformen (zwischen Individuen und zwischen diesen und den normativen Strukturen) sowohl einen kulturellen als auch einen strukturellen Wandel angetrieben haben.

II. GRUNDMERKMALE NEOTRIBALER SOZIALER BEZIEHUNGEN

Mit diesem Beitrag ist sicherlich auch das Desiderat verbunden, eine Reihe von neuen Fallstudien auf den erwähnten Feldern der Arbeit, des Politischen und des Religiösen anzuregen, die die neotribalen Formen und Semantiken der sozialen Bewegungen, der zivilgesellschaftlichen Partizipation beziehungsweise der neuen Arbeitsformen und -kulturen sowie der neuen Organisations- und Praxisformen des Religiösen empirisch überprüfbar machen können.

Anders als bereits erwähnte interpretative Metaphern, die auf die genaue Definition und Eingrenzung von einzelnen sozialen Phänomenen wie etwa Subkulturen, Szenen oder Milieus abzielen, verspricht die neotribale Perspektive der Sozialgeschichte die Möglichkeit, heterogene Bewegungen, Strategien, individuelle und kollektive Erscheinungen als *entangled* zu betrachten und durch eine mehrschichtige Deutung die sozialhistorische Relevanz solcher Phänomene in Bezug auf unterschiedliche Kontexte und Bereiche des sozialen Lebens messen zu können. Betrachtet man zum Beispiel den italienischen Kontext, kann man darunter sicherlich auch die starke Personalisierung und Emotionalisierung der Politik, den Aufstieg der *Antipolitica* (Ablehnung des Politischen) und die Krise der Volks- und Massenparteien in Kontext der Krise des politischen Systems Italiens seit den späteren 1970er-Jahren fassen, ebenso Transformationen der Arbeitsmodelle und der Arbeitskulturen im postoperaistischen Sinne, das heißt die Horizontalisierung der betrieblichen Hierarchien, die Subjektivierung der Arbeit, die allgemeine Transformation der industriellen Beziehungen in einem wenig industrialisierten Land und die Auswirkungen auf die traditionell starke staatliche Präsenz in der Regelung der Beziehungen zwischen Staat, Betrieben, Gewerkschaften und Arbeitnehmern. Zu guter Letzt würde dazu auch die Ästhetisierung einiger Glaubenspraktiken gehören, etwa jene von Papst Johannes Paul II., der Gemeinschaftsformen in den Mittelpunkt seiner Pastorale für Italien stellte.

33 Michel Maffesoli, Tribal Aesthetic, in: ebd., S. 27–34.

34 Vgl. Bennett, Subcultures or Neo-Tribes?

35 Zygmunt Bauman, A Sociological Theory of Postmodernity, in: Thesis Eleven, 1991, Nr. 29, S. 33–46.

Um aber der Gefahr zu entgehen, einfach eine Entdifferenzierung beziehungsweise eine pauschale Bündelung von disparaten politischen, wirtschaftlichen oder religiösen Phänomenen zu betreiben, benötigt eine Anwendung dieser Metapher in der sozialhistorischen Forschung zunächst eine empirische Präzisierung sowohl der betroffenen gesellschaftlichen Dynamiken und Prozesse als auch der Merkmale, welche die neotribale Phänomenologie für die Sozialgeschichte sichtbar machen sollen. Auf welche Indikatoren können Historikerinnen und Historiker zurückgreifen, um eine neotribale Phänomenologie und ihre Semantik in den Feldern der Politik, der Produktion und der Religion zu erkennen?

Diese Fragen sollen auf den folgenden Seiten durch einige explorative Beobachtungen beantwortet werden.³⁶ Obwohl diese keine Vollständigkeit beanspruchen, ermöglichen sie es, einen sicherlich noch vorläufigen Katalog von Dynamiken und Merkmalen bereitzustellen, der nicht nur die Identifizierung und somit die Ausdifferenzierung der verschiedenen Ausprägungen posttraditionaler Vergemeinschaftung, sondern auch ihre Bündelung auf phänomenologischer Ebene ermöglichen soll. Im Folgenden soll anhand einiger Beispiele gezeigt werden, dass neotribale Phänomene aus sozialhistorischer Perspektive oft als eine Weiterentwicklung von bereits bestehenden sozialen Phänomenen erscheinen, dass sie im Vergleich zu diesen aber eine Gemeinschaftssemantik entwickeln, die sehr stark durch ein postindustrielles beziehungsweise postoperaistisches Verhältnis zwischen Produktion und Konsum geprägt ist, und dass sie, nicht zuletzt, durch eine gemeinschaftsinterne »Ich-Optimierung« als Ersatzsicherheitskonstruktion dienen.

Wenn auch diese Dynamiken nicht immer alle gleichzeitig vorkommen müssen, charakterisiert sich die neotribale gemeinschaftliche Dimension durch eine erhöhte Vernetzung der Teilnehmer, nicht nur in digitaler Form, eine daraus folgende neue Definition und Belebung ihrer partizipatorischen Kultur (zum Beispiel in den drei Feldern des Politischen, Produktiven und Religiösen) im gemeinschaftlichen Sinn, die stark durch eine Multiplizität und Nichtexklusivität der Verbindlichkeit oder Zugehörigkeit in und mit der Gemeinschaft geprägt ist.

Eine (gefühlte) neotribale Gemeinschaft beruht nicht auf rationalen kognitiven Elementen, sondern vielmehr auf emotionalen Impulsen und Sehnsüchten, mit denen heterogene Individuen, auch Fremde, in einem kollektiven (oft temporären) Moment gebunden werden können. Trotz einer gefühlten Überwindung der Klassenunterschiede im neotribalen Moment stellen die meisten neotribalen Phänomene eine Erscheinung der westeuropäischen urbanen Mittelschicht dar.

Konsum, Produktion und Partizipation

Eine erste Beobachtung betrifft die Zentralität des destrukturierten postfordistischen Verhältnisses von Konsum und Produktion (beide im weitesten – auch kulturellen – Sinne gefasst) für die Gestaltung einer gemeinsamen Subjektivität sowie einer sozialen, politischen,

36 Die Grundlage der Überlegungen im weiteren Verlauf des Aufsatzes wurde 2015 und 2016 in einer Arbeitsgemeinschaft mit den Masterstudierenden des Historischen Seminars der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster ausgearbeitet. Die hier präsentierten Beobachtungen wurden in deren Abschlussarbeiten zum ersten Mal empirisch getestet und stellen einen wichtigen Ausgangspunkt eines weiteren Dissertationsvorhabens dar: *Svanje Cordua*, Transformation von Männlichkeit zwischen Engagement und Krise, Masterarbeit, Münster 2016; *Astrid Mohr*, Movimento 5 Stelle. Ein politisches Laboratorium in Zeiten des gesellschaftlichen Umbruchs und der Krise der repräsentativen Demokratie, Masterarbeit, Münster 2016; *Anna Maria Schmidt*, Bewusste Ernährung als kultureller Motor sozialstruktureller Veränderung? Eine historische Untersuchung am Beispiel der Stadt Münster seit den 1970er Jahren, Masterarbeit, Münster 2016; *Jacopo Ciannaricconi*, Die Rekonzeptualisierung der Arbeit in Italien seit den 1970er Jahren. Neue Arbeitskulturen, Praktiken und Konflikte (Arbeitstitel), Dissertationsvorhaben, Universität Trier.

wirtschaftlichen Diskurs- und Handlungspraxis (Semantik), die über die kommunikative Infrastruktur der Netzwerkgesellschaft verbreitet wird. Anders als für die oben erwähnten Subkulturen hat Konsum (sei er kulturell oder materiell begriffen) in der neotribalen Dimension keine situative Natur. Er dient dabei primär nicht zur Etablierung eines symbolträchtigen Systems zur Selbstdifferenzierung von der Massengesellschaft, zum Beispiel durch Konsumkritik und -verweigerung (wie noch am Anfang des 20. Jahrhunderts bei den Wandervögeln, in den 1970er-Jahren bei den Hippies und Punks oder wie bei einigen religiösen Subkulturen wie der »Comunità di Damanhur«, den Anhängern von Osho, New Age oder der Anthroposophie). Vielmehr verstehen sich und agieren die Individuen als »Prosumer«³⁷ im Sinne einer direkten Interaktion zwischen den Teilnehmern einer Gemeinschaft und dem System, in dem sie zur Gestaltung und Verbreitung von politischen, religiösen, ethischen, ökonomischen oder technischen Inhalten eingebettet sind. Sie werden also Teil einer identitätsstiftenden Partizipationskultur und entwickeln dank neuer und vereinfachter Beteiligungsmöglichkeiten ein erhöhtes Bewusstsein dafür, dass ihr individueller Beitrag (zumindest gefühlt) systemrelevant wird.³⁸ Schon mit dem Auftreten von Zines und freien Radios in den 1970er- und auf jeden Fall spätestens seit den 1990er-Jahren, parallel zur Entwicklung von Blogs, Podcasts, Social Media, Online-Handel und vor allem der Wiki-Welt, meint Prosuming in der neotribalen Phänomenologie nicht nur das Interaktionsprinzip zwischen Individuen und neuen Gemeinschaften, Privatwirtschaft und Medien, sondern stellt auch Verbindungen zu normativen gesellschaftlichen Strukturen der Mesoebene her. 2008 kommentierte Axel Bruns auf dem Deckblatt seines Buchs, dass

»what's emerging here is no longer just a new form of content production, but a new process for the continuous creation and extension of knowledge by collaborative communities. The implications of the gradual shift from production to produsage are profound, and will affect the very core of culture, economy, society, and democracy.«³⁹

In der Tat lässt sich seit den 1980er-Jahren eine Verbindung zwischen der Abwertung traditioneller Vermittlungsinstanzen und der wachsenden Bedeutung neuer Formen von öffentlicher Kommunikation, sozialem Engagement und Partizipation beobachten, die der Prognose von Bruns Plausibilität verleiht.⁴⁰ Ob diese Dynamik, wie Derrick de Kerckhove suggeriert⁴¹, aus einer Nutzung ähnlicher Medien resultiert oder durch eine Wechselwirkung zwischen gemeinschaftlichen und kommunikativen Leerstellen westlicher Gesellschaften und den Möglichkeiten neuer (sozialer) Medien zur Schöpfung und Verbreitung von Inhalten jeglicher Natur entsteht, wäre sicherlich genauer zu überprüfen. Als mögliche Untersuchungsobjekte kämen in diesem Sinne (trotz unterschiedlicher Nuancierungen und vor allem unterschiedlicher Auswirkungen auf die jeweiligen Systeme) etwa der kreative und situationistische Teil der italienischen 1977er-Bewegung⁴² oder das Erscheinen der

37 Alvin Toffler, *The Third Wave*, New York 1980; Birgit Blättel-Mink/Kai-Uwe Hellmann (Hrsg.), *Prosumer Revisited. Zur Aktualität einer Debatte*, Wiesbaden 2010.

38 Henry Jenkins, *Confronting the Challenges of Participatory Culture. Media Education for the 21st Century*, Cambridge/London 2009.

39 Axel Bruns, *Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond. From Production to Produsage*, New York/Washington etc. 2008.

40 Klein/Legrand/Leif, Subkultur und Subversion; Stine Marg/Franz Walter, Proteste in der Postdemokratie. Mob, Wutbürger und kosmopolitisches Prekariat, in: INDES. Zeitschrift für Politik und Gesellschaft 2, 2012, H. 1, S. 14–25.

41 Derrick de Kerckhove, *Connected Intelligence. The Arrival of the Web Society*, Toronto 1997.

42 Massimiliano Livi, Die Stämme der Sehnsucht: Individualisierung und politische Krise im Italien der 1970er Jahre, in: Thomas Großbölting/Massimiliano Livi/Carlo Spagnolo (Hrsg.), *Jenseits der Moderne? Die Siebziger Jahre als Gegenstand der deutschen und der italienischen Geschichtswissenschaft*, Berlin 2014, S. 215–248.

prekären *creative economy* seit den 1980er-Jahren infrage, außerdem ab den 1990er-Jahren nachweisbare neue Formen kollaborativer Produktion und die gegenwärtige »Maker«-Kultur.⁴³ In dieselbe Gruppe gehören einige Formen des Religiösen in der pluralisierten Gesellschaft, wie die katholische Bewegung »Wir sind Kirche«, die »Comunità cristiana di base« oder »Comunione e Liberazione« mit ihrem starken Subsidiaritätsprinzip⁴⁴ sowie die neoheidnischen Bewegungen der »Wicca« und vor allem der »Neo-Wicca«.⁴⁵ Jüngere Beispiele auf den Feldern von Politik und Zivilgesellschaft wären die »Orange Revolution« in der Ukraine im Jahr 2004 und der »Arabische Frühling« vor allem in Tunesien und Ägypten seit 2011.⁴⁶

Auf der Suche nach einer Ersatzsicherheit

Nicht immer stellen neotribale Phänomene eine neue Form von sozialen Zusammenfindungsprozessen dar. Sie ähneln, wie bereits angedeutet, teilweise sogar subkulturellen Phänomenen des 19. Jahrhunderts und der Jahrhundertwende wie der Wandervogel-Bewegung, den Lebensreformern (vor allem den Landkommunen, den Ernährungsreformern und der Freikörperkultur) oder der Homo-Subkultur.⁴⁷ Vor allem in ihrer politischen Dimension überlagert sich die Definition von neotribalen Phänomenen oft mit jenen der sozialen beziehungsweise Graswurzelbewegungen seit den 1980er-Jahren, wie den Anti-Atomkraftprotesten in Deutschland oder der »No-Tav«-Bewegung in Italien.⁴⁸

Anders als die früheren und vor allem als die Subkulturen der Nachkriegszeit leisten neotribale Vergemeinschaftungsformen allerdings keinen kohäsiven und kollektiven kulturellen Widerstand, um eine (relative) Unabhängigkeit von der »herrschende[n] Ordnung«⁴⁹ zu erreichen. Sie suchen vielmehr einen neuen Platz in einer neu zu definierenden Ordnung; sie suchen neue Formen von Ersatzsicherheiten, die sie etwa durch urbane Gemeinschaftsprojekte wie die Ökodörfer oder die Nachbarschaftsgärten und durch Gemeinschaftsdynamiken in Tauschökonomien und im gesamten Bereich der digitalen Vernetzung zu schaffen versuchen.⁵⁰ Mit Fred Turner könnte man behaupten, dass sie im Vergleich zu gegenkulturellen Phänomenen der 1960er-Jahre keine Kritik des Kapitalismus mehr verfolgen, sondern vielmehr eine Kritik des Markts und seiner normativen Instanzen. Dabei praktizieren sie eine Art selbstreferenzielle Ich-Optimierung, die konträr zur durkheimschen Begrifflichkeit von organischer und mechanischer Solidarität steht. Neotribale Gemeinschaften bilden sich aus gemeinsam Gefühltem und sind deshalb nicht zwingend ein Syno-

43 Vgl. weiter unten.

44 Vgl. *Massimo Faggioli*, *Breve storia dei movimenti cattolici*, Roma 2008.

45 Vgl. *Kathrin Fischer*, *Das Wiccatum*. Volkskundliche Nachforschungen zu heidnischen Hexen im deutschsprachigen Raum, Würzburg 2007.

46 *Philip N. Howard/Aiden Duffy/Deen Freelon* u. a., *Opening Closed Regimes. What was the Role of Social Media during the Arab Spring?*, Working Paper, University of Washington's Department of Communication, 2011, URL: <<https://ssrn.com/abstract=2595096>> [21.9.2017].

47 *Judith Baumgartner/Bernd Wedemeyer-Kolwe* (Hrsg.), *Aufbrüche – Seitenpfade – Abwege*. Suchbewegungen und Subkulturen im 20. Jahrhundert. Festschrift für Ulrich Linse, Würzburg 2004.

48 *Bösch*, *Kommunikative Netzwerke; Adriano Chiarelli*, *I ribelli della montagna*. Una storia del movimento No Tav, Bologna 2015. Zu Kontinuitätslinien und Differenzen zwischen früheren Gegenkulturen und den Neuen sozialen Bewegungen vgl. *Frank Uekötter*, *Wie neu sind die Neuen Sozialen Bewegungen? Revisionistische Bemerkungen vor dem Hintergrund der umwelthistorischen Forschung*, in: *Mitteilungsblatt des Instituts für soziale Bewegungen*, 2004, Nr. 31, S. 115–138.

49 So die offizielle Definition von Subkultur seitens des CCCS, vgl. *Hebdige*, *Subculture*, S. 18.

50 Vgl. hierzu zum Beispiel das Projekt Holzmarkt in Berlin, URL: <<http://www.holzmarkt.com>> [31.8.2107].

nym für verstärkte Solidarität oder eine neue Empathie.⁵¹ Vor allem nicht, wenn eine der Orientierungsachsen die Verteidigung der durch die Globalisierung herausgeforderten territorialen, wirtschaftlichen, kulturellen und nicht zuletzt konfessionellen Grundlagen ist, wie dies etwa aktuell im Fall von Bewegungen wie PEGIDA der Fall ist. Eindeutig neotribale Elemente lassen sich in jenen gesellschaftlichen Phänomenen erkennen, die als Reaktion auf die Verbreitung des neoliberalen Privatisierungs- und Prekarisierungskurses der Wirtschaft sowie den Abbau des Sozialstaats entstanden sind und die mittels einer neotribalen Semantik eine Popularisierung von verschwörungstheoretischen, nationalistischen und offen rassistischen Argumentationsmustern betreiben.

Neue (ästhetisch-emotionale) soziale Bewegungen?

Tatsächlich scheinen etliche westeuropäische Protestphänomene der vergangenen Jahre wie die Anti-EU-Bewegungen in Griechenland und Spanien sowie »Occupy«, »Stuttgart 21« und die deutschen »Wutbürger« sowohl neotribale Charakteristika als auch Eigenschaften der Neuen sozialen Bewegungen zu besitzen. Wie letztere lehnen auch sie die traditionellen Formen und Räume repräsentativer Partizipation ab und artikulieren sich in erster Linie auf symbolischer Ebene.⁵² Anders aber als bei strukturierten sozialen Bewegungen der Vergangenheit ist bei neotribalen Formen des Protests das ästhetische Moment dem programmatischen meist überlegen. Die Mobilisierungskraft von neotribalen Protesten stützt sich zum Beispiel maßgeblich auf die »Aktivierung von emotionalen Wertbindungen durch die öffentliche Skandalisierung von und [die] Empörung über moralische Verstöße«⁵³, weniger auf eine konkrete programmatische Aktion sowie auf schlüssige Konzepte für die Zeit im Anschluss an die Proteste.⁵⁴ Somit liegt zum Beispiel die Wirkung der »Occupy«-Kampagne »weniger im Angebot von konkreten Lösungen, sondern darin, dass sie die Finanzkrise aus einem engen technokratischen Kontext herausgelöst und zu einer öffentlichen Angelegenheit gemacht hat«.⁵⁵ Dieselbe symbolische und ästhetische Charakterisierung neotribaler Protestphänomene lässt sich auch hinsichtlich ihrer inneren Dynamik der organisatorischen Vielfalt und Dezentralität erkennen, die sich fast nie durch ein kodifiziertes Mitgliedschaftssystem kanalisieren lässt. Wie auch im Fall der deutschen Neuen sozialen Bewegungen definiert sich die (informelle) Teilnahme mehr über die Adhäsion zu einer kollektiven Identität⁵⁶, die immer öfter durch emotionale Elemente geprägt wird.⁵⁷ Die »Occupy«-Bewegung in den USA mobilisierte 2011 in diesem Sinne all diejenigen, die das Gefühl des »We are the 99 percent« beziehungsweise die Wahrnehmung, von dem herr-

51 Vgl. Brühl/Pollozek, Die neue Wir-Kultur.

52 David Bebnowski, Der trügerische Glanz des Neuen: Formierte sich im Protest gegen »Stuttgart 21« eine soziale Bewegung?, in: Frank Brettschneider/Wolfgang Schuster (Hrsg.), Stuttgart 21. Ein Großprojekt zwischen Protest und Akzeptanz, Wiesbaden 2013, S. 127–148; Fabienne Décieux/Oliver Nachtwey, Occupy. Protest in der Postdemokratie, in: Forschungsjournal Soziale Bewegungen 27, 2014, H. 1, S. 75–89.

53 Thomas Kern/Sang-hui Nam, Werte, kollektive Identität und Protest: Die Mobilisierung der Occupy-Bewegung in den USA, in: APuZ, 2012, H. 25–26, S. 29–36.

54 Marg/Walter, Proteste in der Postdemokratie.

55 Kern/Nam, Werte, kollektive Identität und Protest.

56 Alberto Melucci, L'invenzione del presente: movimenti, identità, bisogni collettivi, Bologna 1982; Kai-Uwe Hellmann, Soziale Bewegungen und kollektive Identität, in: Neue soziale Bewegungen 8, 1995, H. 1, S. 68–81; Cristina Flesher Fominaya, Collective Identity in Social Movements: Central Concepts and Debates, in: Sociology Compass 4, 2010, S. 393–404.

57 James M. Jasper, The Emotions of Protest. The Affective and Reactive Emotions in and around Social Movements, in: Sociological Forum 13, 1998, S. 397–424.

schenden »1 Prozent« der Gesellschaft hinsichtlich der eigenen Zukunftsperspektiven sozial, ökonomisch und politisch betrogen worden zu sein, teilen konnten.⁵⁸

Zwischen ausgeübter Systemkritik und gefühlter Systemrelevanz: Die »Maker«-Kultur

Nicht selten sind die hier angesprochenen Erscheinungen eine Transformation bereits bestehender Phänomene, die die Semantik der *neo-tribes* übernommen haben und somit neue Auswirkungen auf den jeweiligen Kontext erzeugen. Dies ist sicherlich der Fall bei einem sichtbaren neotribalen Phänomen im produktiven Bereich: der sogenannten Maker-Bewegung, die die Do-it-yourself-Subkultur (DIY) der 1950er-Jahre aktualisiert, neu interpretiert und auf eine neue Wirkungsebene gebracht hat. Wenn auch der Fokus vieler Produkte der (europäischen und insbesondere der deutschen) »Maker«-Bewegung auf Gesundheit, Umwelt und Nachhaltigkeit liegt und als Reaktion zur globalisierten Massenproduktion gesehen werden kann, ist wenig von der alten subversiven Prägung durch Hippies und Punks geblieben, die DIY als Ausdruck ihrer Konsumverweigerung praktizierten. In der heutigen »Maker«-Kultur vermischt sich hingegen der traditionelle Handwerker mit dem neuen Geist des »Prosumers«. Sicherlich ist die Entwicklung der »Maker«-Bewegung ein Resultat der Informatisierung und der Digitalisierung der Arbeitsprozesse der letzten 30 Jahre, die eine Verbreitung auf häuslicher Ebene von Produktionsmitteln und Know-how ermöglicht und somit eine neue DIY-Generation zum festen Bestandteil sowohl der Konsum- als auch der Produktionsmechanismen gemacht haben. Dabei weist die Bewegung neotribale Eigenschaften auf. Das Link-Element der »Maker«-Bewegung besteht in der Überzeugung, dass ihre Kultur die Grundlage für neue technologische und produktionsrelevante Innovation sei.⁵⁹ Tatsächlich hat bereits in den letzten zehn Jahren etwa die Weiterverwendung von individuellen Ergebnissen, zum Beispiel durch die Verbreitung von »Copyleft«- und Open-Source-Lizenzen sowie die Verwendung kostengünstiger Technologien, dazu beigetragen, spürbare Wirtschaftseffekte und neue produktive Kontexte auszulösen. Während die industrielle Welt bis zu den 1980er-Jahren die Produktionsmittel (und ihren Besitz) als tragende Säule hatte, dreht sich die Digitale Revolution um die Information(smittel) und ihre Demokratisierung. Chris Anderson brachte diese Dynamik 2010 mit der Formel »From Do It Yourself to Do It Together« auf den Punkt.⁶⁰ Das Crowdsourcing von Ideen sowie das Teilen von teurer Arbeitsinfrastruktur über digitale Netzwerke oder geteilte Arbeitsplätze ermöglicht seit einigen Jahren die Bündelung von Synergien von »larger numbers of diversified and talented individuals to more and more rapidly innovate and drive new levels of performance on a continuing basis«. ⁶¹ Das ist zum Beispiel der Fall bei »Share Makerspace« in Mailand, einem Verein von mittelständischen Handwerkern, die ihre Anlagen und Maschinen für einzelne »Maker« zur Verfügung stellen und somit die Herstellung von Qualitätsprodukten in geringer Stückzahl ermöglichen.⁶²

Die »Maker«-Kultur ist soziologisch und volkswirtschaftlich nicht nur aufgrund der Tatsache relevant, dass durch die Verbreitung kostengünstiger Technologien und sozialer Medien immer mehr Personen mit der als Hobby betriebenen häuslichen Entwicklung von

58 Nils C. Kumkar, Explodiertes Unbehagen. Die Generation Occupy Wall Street, in: INDES. Zeitschrift für Politik und Gesellschaft 3, 2013, H. 4, S. 54–58; Lars Geiges, Occupys Alltag. Erkenntnisse über Protestcamps und Basisdemokratie, in: INDES. Zeitschrift für Politik und Gesellschaft 3, 2013, H. 1, S. 108–115.

59 Birgit Richard/Alexander Ruhl (Hrsg.), Konsumguerilla. Widerstand gegen Massenkultur?, Frankfurt am Main/New York 2008.

60 John Hagel III/John Seely Brown/Lang Davison, From Do It Yourself to Do It Together, URL: <<https://hbr.org/2010/02/from-do-it-yourself-to-do-it-t.html>> [31.8.2017].

61 Ebd.

62 URL: <<http://www.sharemakers.it>> [7.9.2017].

Software und Hardware beziehungsweise von Bekleidung, Lederwaren oder sonstigem Zubehör in Teil- oder Vollzeit beschäftigt sind und immer häufiger kleine Unternehmen gründen, sondern auch wegen der Tatsache, dass diese Tendenz spätestens im letzten Jahrzehnt eine signifikante Dimension in der sozialen (mit der Entstehung von einem neuen Mittelstand) und in der produktiven Infrastruktur (unter anderem durch den Übergang von Business-to-Consumer- zu Consumer-to-Consumer-Modellen) einiger produktiver Distrikte sowie in der gesamten Wirtschaft angenommen hat. Die Entscheidung von Barack Obama aus dem Jahr 2014, die Initiative »Nation of Makers« ins Leben zu rufen⁶³, sowie die über eine Million aktiven »Maker«, die auf »DaWanda« oder »Etsy« täglich verkaufen, und zu guter Letzt der Jahresumsatz von »Etsy« von circa 2,4 Milliarden US-Dollar sind klare Beweise dafür.⁶⁴ Relevant für die geschichtswissenschaftliche Perspektive wäre zum Beispiel die Möglichkeit, die nun 30 Jahre alte postindustrielle Transition der ehemaligen Verarbeitungsindustriegebiete Norditaliens (»Distretti Industriali«) hinsichtlich des Aufkommens von neuen Formen der Entwicklung, Herstellung und des Vertriebs von Produkten in einem vernetzten Kontext zu untersuchen.⁶⁵

Die neotribale Kommunikation: Die soziale Gestaltung eines individualisierten Dialogs

Eine zentrale Rolle für das Auftreten von neotribalen Phänomenen spielen, wie bereits mehrfach angedeutet, die medialen und technologischen Entwicklungen seit den frühen 1980er-Jahren und die damit verbundenen neuen kommunikativen und virtuellen sozialen Infrastrukturen.

An dieser Stelle sind die freien Radios und die Verbreitung von neuen xerografischen Reproduktionsverfahren sowie von Faxgeräten zu nennen, da diese die Möglichkeit boten, eine horizontale, nicht hierarchisch kontrollierte Kommunikation innerhalb einer Community zu etablieren und zu gewährleisten. Das »Minitel« von 1982 zeigte das soziale Potenzial der digitalen Netzwerke lange vor dem kommerziellen Internet. Die Markteinführung der Personal Computer durch IBM markierte im Jahr 1981 nicht nur eine Revolution in technologischer, sondern auch in sozialer Hinsicht, indem die Beziehung zwischen Individuum und Maschine neu definiert und direkt beziehungsweise persönlich wurde. Die Markteinführung des »Macintosh« von Apple 1984 kann nicht von ungefähr als das letzte Kapitel dieser personellen Revolution angesehen werden. Mit dem »Macintosh« wurde nicht nur ein PC auf den Markt gebracht, sondern vor allem das Konzept des »Personal Computing«, das im Großen und Ganzen bis heute intakt geblieben ist. Die von dem Unternehmen angestrebte Stufe der Personalisierung zeigte sich schon im Verzicht auf einen numerischen Code zur Namensgebung und stattdessen der Verwendung eines eher gewöhnlichen Familiennamens (»Macintosh«) für den ersten Apple-PC. Erst mit der Liberalisierung und Kommerzialisierung des Internets seit Mitte der 1990er-Jahre, mit den ersten »Weblogs« (später dann »Blogs«) sowie mit der Entwicklung der sozialen Netzwerke wurden die technischen Geräte von der Privatsphäre des Büros oder des Hauses auf die öffentlich-soziale Ebene verlagert. Dadurch wurden die alten Netzwerke allmählich in die Lage versetzt, »to cope at the same time with flexible decentralization, and with focused

63 URL: <<https://www.whitehouse.gov/nation-of-makers>> [31.8.2107].

64 Etsy: Number of Registered Members 2014, URL: <<https://www.statista.com/statistics/294865/number-of-registered-etsy-members/>> [31.8.2017]; Etsy: Total Annual Merchandise Sales Volume 2015, URL: <<https://www.statista.com/statistics/219412/etsys-total-merchandise-sales-per-year/>> [31.8.2017]. Vgl. zum gesamten Phänomen neuer prekärer Selbstständigkeit *Timo Luks*, Prekarität. Eine nützliche Kategorie der historischen Kapitalismusanalyse, in: AfS 56, 2016, S. 51–80, insb. S. 73f.

65 Vgl. zum Thema *Stefano Micelli*, Futuro artigiano. L'innovazione nelle mani degli italiani, Venedig 2011.

decision-making«. ⁶⁶ 1999 schrieb Rick Levine in seinem »Cluetrain Manifesto« in Bezug auf die neuen Märkte, dass diese »aus Menschen, nicht aus demografischen Segmenten« bestünden und »Gespräche« geworden seien. ⁶⁷ Das World Wide Web erweiterte anders als ursprünglich gedacht nicht allein den globalen Marktplatz, sondern schuf völlig neue Märkte mit eigenen Regeln und Produkten. Gerade die Verbindung von Prosuming und digitaler Welt ließ in der Wirtschaft eine bis dahin noch nie da gewesene neuartige Kommunikation zwischen Individuen und Organisationen entstehen. ⁶⁸ Der kommerzielle Durchbruch von Amazon oder Facebook ist unter anderem auf deren Fähigkeit zurückzuführen, einen Dialog mit den Konsumenten zu etablieren. Nicht das Produktangebot dieser Webseiten war ihr Schlüssel zum Erfolg, sondern der gelungene und permanente Austausch mit den Konsumenten über deren Wünsche und Bedürfnisse. Amazon konkretisierte diesen Dialog zum Beispiel mithilfe von Rezensionen und Bewertungen der Konsumenten zu den angebotenen Produkten. Mark Zuckerberg ging sogar noch weiter, indem er 2004 zunächst unzählige Kontakte und Communitys und somit unendliche »Gespräche« im Sinne Rick Levines entstehen ließ, bevor er seinen Werbepartnern mit Facebook die wahrscheinlich am besten strukturierte Konsumentenmasse der Geschichte anbieten konnte.

Diese Form der in vielerlei Hinsicht neotribalen Kommunikation hat in den letzten Jahren tief greifende Auswirkungen auf die Produktion und Verbreitung von Inhalten jeglicher Natur. Dies lässt sich mit dem von Chris Anderson beschriebenen »Long-Tail«-Effekt erklären. Anderson spricht auch nicht etablierten Subjekten die Möglichkeit zu, Nischeninhalte (wie zum Beispiel Fake News) unabhängig von Mittelinstanzen zu produzieren und damit über eine gewisse Zeit ebenso viel Resonanz zu bekommen wie Inhalte aus den Mainstream-Strukturen. ⁶⁹ In der deutschen Politik kann man diesen Effekt in Bezug auf die zunehmende Fragmentierung der Parteienlandschaft spätestens seit den 2000er-Jahren beobachten. Die Hegemonie der etablierten (Volks-)Parteien wird seitdem immer stärker durch die Konsensfähigkeit sowohl von oppositionellen Protest- und Meinungsbewegungen (Die Piraten, AfD, PEGIDA, die LINKE in der ersten Phase) als auch – vor allem auf kommunaler Ebene – von alten und neuen Formen der zivilgesellschaftlichen politischen Partizipation (Wählergemeinschaften) herausgefordert, die gerade durch die Übernahme von neotribalen Kommunikationsformen und mit ihren oft radikalen und neopopulistischen Inhalten (man denke an die sogenannten Reichsbürger) aus der Nische heraustreten und unabhängig von ihrer realen Bedeutung eine breite Masse der Gesellschaft ansprechen und beeinflussen können.

Wenn auch die neotribale Natur der oben genannten deutschen Bewegungen und Parteien genauso wie der Zusammenhang zwischen der Herausbildung von neuen Organisationsformen des Politischen, deren Einsatz vernetzter Konsensstrategien und der Krise und Transformation der Volksparteien in den letzten 30 Jahren noch empirisch zu prüfen ist, lässt sich im Allgemeinen die These aufstellen, dass die neotribale Phänomenologie, inklusive der »Prosumer«- und »Long-Tail«-Effekte, wichtige Auswirkungen auf die Daseinsberechtigung und auf die normative Kraft der gesellschaftlichen Mittelinstanzen hatte. Spätestens seit den 1990er-Jahren finden sich diese durch solche sozialen Phänomene vor die Herausforderung gestellt, dass sie sich ihrerseits (und nicht ohne Konflikt) immer häu-

66 Manuel Castells, Materials for an Exploratory Theory of the Network Society, in: The British Journal of Sociology 51, 2000, S. 5–24, hier: S. 5.

67 Rick Levine/Christopher Locke/Doc Searls u. a., The Cluetrain Manifesto. The End of Business as Usual, Cambridge 2000.

68 Vgl. hierzu die bereits genannte Masterarbeit von Schmidt, Bewusste Ernährung als kultureller Motor sozialstruktureller Veränderung?

69 Chris Anderson, The Long Tail – Der lange Schwanz. Nischenprodukte statt Massenmarkt. Das Geschäft der Zukunft, München 2007.

figer mit neotribalen Semantiken konfrontiert sehen und teilweise selber eine neotribale kommunikative Praxis der Identitätsstiftung, der Befriedigung von Bedürfnissen und Erwartungen und letzten Endes der Konsenskonstruktion anwenden müssen.

Das Neotribale als Strategie

Auf dem Feld des Konsums haben Kommunikationsexpertinnen und -experten schon lange eine Kehrtwendung des Marketings im neotribalen Sinne betrieben und dahin gehend ihr Selbstverständnis angepasst: Nicht mehr die Reaktion auf existente Zielgruppen, sondern die aktive Initiierung der Herausbildung kollektiver Gebilde steht im Mittelpunkt einer immer größeren Anzahl von Agenturen.⁷⁰ Es handelt sich um Kommunikationsstrategien, die schon zuvor, teilweise unhinterfragt, in anderen Feldern jenseits der Kommerzialisierung von Konsumgütern zum Vorschein kamen und sich mittlerweile als geläufige Grundlage von Wandlungsstrategien normativer Instanzen im politischen, produktiven und sogar religiösen Feld beobachten lassen. Auf politischer Ebene gestalteten die Parteien ihre Kommunikation mit der Wählerschaft in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts anhand des Paradigmas der Parteizugehörigkeit und der sozialen Identität, wohingegen die Parteien der Nachkriegszeit den Weg einer unmittelbaren personalisierten Konsenskonstruktion suchten. Die Zunahme der Wählervolatilität – eine Auswirkung der Lockerung der traditionellen sozialen und kulturellen Verbindlichkeiten – brachte bereits in den 1960er-Jahren auch in Europa eine immer größere Relevanz individualisierter Meinungsbildung der Wählerschaft in Bezug auf Programme und Kandidaten zum Vorschein.⁷¹ In dieser Zeit wurde die Logik der Medien vor allem in den USA zum dominierenden Paradigma der Wahlkämpfe.

Zunächst dominierte das Fernsehen über alle anderen Medien und Fernsehspots wurden zur zentralen politischen Kommunikationsform jedes Wahlkampfes. In Europa fand die Einführung des »politicus catodicus«⁷² in den 1980er-Jahren statt. Erst mit den damaligen Wahlkämpfen der italienischen und französischen Sozialisten sowie der englischen Labour Party wurden Marketingelemente und somit die mediale Eventisierung fester Bestandteil der Politik. Seit den früheren 1980er-Jahren fungierten in Italien zunehmend Prominente aus der Kultur und aus dem Sport als Testimonials für die Wahlspots des »Partito Socialista Italiano« und sogar des »Partito Comunista Italiano«. Die Labour Party in Großbritannien mobilisierte im Wahlkampf 1984 das Beste der damaligen Rock- und Popzene und in Frankreich ließ sich François Mitterrand sogar eine eigene Fernsehshow gestalten.⁷³ Seitdem erlebte diese »Pop-Politik«⁷⁴ nicht nur in Europa nach und nach qualitativ eine bedeutende Vertiefung vor allem medialer Natur. Spätestens seit den 1990er-Jahren fand eine zunehmende Verschmelzung von Politik, Unterhaltung und Marketing nicht mehr nur mittels des Fernsehens statt, sondern sie wurde multidimensional und multimedial. In der Epoche der »centrifugal diversification«⁷⁵ spielen vor allem das Direct Mailing, das

70 International, URL: <<http://tribalworldwide.com>>; URL: <<http://www.brandwarriors.co.uk>>; in Deutschland, URL: <<http://ddb-tribal.com>> und in der Schweiz, URL: <<http://cooltribes.com>> [31.8.2017].

71 Marco Cacciotto, *Marketing politico. Come vincere le elezioni e governare*, Bologna 2011, S. 38f.

72 Gervasoni, *Storia d'Italia degli anni Ottanta*, S. 190.

73 Die Sendung hieß »Ça nous intéresse ... Monsieur le Président« und wurde in Form eines Interviews mit Filmausschnitten und Videoclips gestaltet. Insgesamt wurde sie zwischen dem 28. April 1985 und dem 2. März 1986 dreimal veranstaltet und ausgestrahlt.

74 Ebd., S. 184–189.

75 Jay G. Blumler/Dennis Kavanagh, *The Third Age of Political Communication: Influences and Features*, in: *Political Communication* 16, 1999, S. 209–230.

Telemarketing und die internetbasierte Kommunikation die Hauptrolle. Dadurch wenden sich politische Agenturen und Akteure der neuen Wählerschaft nicht nur mit einem personalisierten Angebot, sondern auch individuell und persönlich zu. Das Internet ist außerdem per Definition sowohl personal als auch kollektiv. Es ist also keineswegs Zufall, sondern ein Zeichen des grundlegenden gesellschaftlichen und politischen Wandels, dass die letzten beiden erfolgreichen Parteigründungen in Italien – »Forza Italia« und »Movimento 5 Stelle« – in enger Verbindung mit marketingstrategischen und unternehmerischen Überlegungen stehen.⁷⁶

Gerade die zeitgenössische mediale Hypertrophie produziert eine immer dringendere Notwendigkeit für Politikerinnen und Politiker, sich direkt und ständig mit den (potenziellen) Wählern zu verbinden und zu vernetzen. Dadurch lässt sich auch aus der Perspektive der Hauptakteure der Politik selbst ein Funktionsverlust der mittleren Instanzen erkennen, der weitreichende Auswirkungen auf Modi und Wege der Formulierung politischer Inhalte (nicht nur seitens der Parteien) mit sich bringt.⁷⁷ »Das Medium« bleibt also anscheinend auch mit dem Internet und den sozialen Medien tatsächlich »die Botschaft«.⁷⁸ Das gilt vor allem aus der Perspektive der nun individualisierten Möglichkeit, basisdemokratische Bestrebungen zu bündeln und zu verschärfen, wie zum Beispiel im Fall der Piratenpartei in Deutschland oder des »Movimento 5 Stelle« in Italien deutlich wird.

Als Antrieb neotribaler Phänomene⁷⁹ liefern das Internet und die sozialen Medien aufgrund ihrer »Peer-to-Peer«-Dimension einen der Kontexte. Aber genau wie die Tendenz zur Personalisierung der politischen Kommunikation offensichtlich kein Novum ist, so war auch die der ästhetischen Gemeinschaftsbildung im Sinne Maffesolis bereits vor dem Web vorhanden. Beide sind jedoch seit wenigstens zwei Jahrzehnten durch die Entwicklung der neuen Medien auch in Europa zu einem systemischen Phänomen geworden⁸⁰, dessen Entwicklungsgeschichte es noch zu untersuchen gilt.

Ähnlich wie im Showgeschäft wird die Vermarktung der eigenen Persönlichkeit beziehungsweise die Konstruktion einer Persönlichkeit, die nach außen vermarktet werden kann, auch in der Politik zum zentralen Anliegen. Auch die Formulierung der politischen Programme unterliegt immer öfter dieser Logik. Beobachtet man Politiker wie Beppe Grillo, Silvio Berlusconi, Donald Trump, Hillary Clinton und sicherlich ebenso Angela Merkel, erkennt man eine eindeutige Tendenz zur Emotionalisierung der Kommunikation und eine damit verbundene Simplifizierung komplexer Inhalte sowie eine starke Symbolik und Metaphorik der Sprache. Emotionen scheinen seit einigen Jahren auch von der Politik als

76 Im Fall von »Forza Italia« bildeten 1984 die Manager und Mitarbeiter der Werbeagentur »Publitalia 80« (eine der größten in Europa) den ursprünglichen Kern der neuen Partei von Silvio Berlusconi, während das »Movimento 5 Stelle« im Jahr 2009 von der Webmarketingagentur »Casaleggio e associati« und Beppe Grillo gegründet wurde. Vgl. *Marco Maraffi*, *Forza Italia. Apparato personale e comitati elettorali*, in: *Gianfranco Pasquino* (Hrsg.), *La politica italiana. Dizionario critico, 1945–95*, Rom 1995, S. 247–259, und *Alberto Di Majo*, *Casaleggio. Il Grillo parlante*, Rom 2013.

77 Eine Entwicklung, die in einer langen historischen Kontextualisierung noch nicht untersucht worden ist.

78 Nach der berühmten These von *Marshall McLuhan*, *Understanding Media. The Extensions of Man*, New York 1964.

79 Wie weitblickend 1996 von Derrick de Kerckhove in einem Interview mit *Wired* geschildert wurde, *Kevin Kelly*, *What Would McLuhan Say?*, in: *The Wired*, 10.1.1996, URL: <<https://www.wired.com/1996/10/dekerckhove/>> [31.8.2017]. Vgl. auch *Kerckhove*, *Connected Intelligence*, sowie *ders./Antonio Tursi*, *Dopo la democrazia? Il potere e la sfera pubblica nell'epoca delle reti*, Mailand 2006.

80 Vgl. für Italien zum Beispiel *Luca Mori*, *Partiti, leadership e consenso agli albori del social networking (2005–2010): il caso italiano*, in: *SocietàMutamentoPolitica* 2, 2011, Nr. 3, S. 183–197.

bindendes Element erkannt worden zu sein. Tatsächlich verlagerte sich die Suche nach Konsens im Laufe der letzten 30 Jahre von einer rationalen auf eine emotionale Ebene. So wie im ursprünglichen etymologischen Sinn wird Konsens in der zeitgenössischen politischen Kommunikation durch das gemeinsame Fühlen und Empfinden, durch geteilte Emotionen und Erlebnisse hervorgerufen. Erfolgreich ist die Vermarktung des politischen »Produkts« also dann, wenn es den Wähler nicht nur zu einer einmaligen Stimmabgabe bewegt, sondern eine langfristige Beziehung hergestellt wird, die die Wählerschaft emotional an die Partei beziehungsweise ihre führende Persönlichkeit bindet.⁸¹

III. AUSBLICK

Trotz ihres starken Bezugs zur Gegenwart zeigen die zentralen Elemente dieser vorläufigen Beobachtungen, dass die herausgestellten Trends und Dynamiken im Kontext einer steigenden Pluralisierung und Emotionalisierung von Verhaltens-, Identitäts- und Partizipationsmustern und einer zunehmenden Relevanz der Technologisierung und Computerisierung der Gesellschaft, eine starke sozialhistorische Perspektive auf die Transformationen der Gesellschaft und ihre Strukturen anbieten können.

Die analytische Qualität der neotribalen Perspektive liegt einerseits darin, dass durch die Verlagerung des Fokus auf ephemere und situative Identitäten sowie gleichzeitige Verbindlichkeiten diese relationalen Vergemeinschaftungsformen in das Zentrum der sozialhistorischen Analyse ab den 1980er-Jahren rücken. Andererseits ermöglicht die Untersuchung neotribaler Phänomene, teilweise anders nicht greifbare Sozialformen in den Blick zu nehmen und diese in ihren Auswirkungen auf soziale, politische, ökonomische, staatliche und religiöse Strukturen zu untersuchen. Denn – so die zentrale These des Beitrags – jenseits ihrer Valenz als Modeerscheinung oder als mögliche Subjekte der Pop-Geschichte⁸² – nehmen diese durch Konsum und mediale Entwicklungen geprägten Identitäten und Phänomene tatsächlich eine sozialhistorische Relevanz an, indem sie durch eine eigene Diskurs- und Handlungspraxis seit nunmehr 30 Jahren in der Lage sind, neue symbolische Ordnungssysteme und materielle Verhältnisse zu schaffen und somit die Daseinsberechtigung und die normative Kraft gesellschaftlicher Mittelinstanzen wie Parteien, Kirchen, Betriebe, Gewerkschaften und sozialstaatliche Strukturen herauszufordern.

81 Als empirisches Beispiel vgl. die Masterarbeit von *Mohr*, *Movimento* 5 Stelle.

82 In den letzten Jahren haben die Studien über den Pop als Subjekt der Geschichtswissenschaft – zu Recht – eine gewisse Konjunktur erlebt. In einer jüngst erschienenen zweibändigen Publikation mit dem Titel »Popgeschichte« wird durch Pop eine historische Perspektivierung von Formen populärer Kultur- und Vergesellschaftung vorgeschlagen, in dem diese in ihren Handlungsfeldern medial, ökonomisch und nicht zuletzt politisch substantiiert werden. Trotzdem wird aber die sozialhistorische Bewertung von Pop-Phänomenen und -Trends nicht als Ziel der Pop-Geschichte deklariert, da solche Phänomene von den Autorinnen und Autoren selbst als »kulturalistisches Beiwerk« (*Geisthövel/Mrozek/Röckenhaus*, *Popgeschichte*, Bd. 1, S. 13) beziehungsweise als »kulturelle Nische« betrachtet werden (ebd., S. 10). Sicherlich ist die Beziehung zwischen Pop und der neotribalen Phänomenologie sehr eng. Einige Pop-Phänomene stellen tatsächlich die Grundlage von oder sind sogar selber als neotribale Phänomene aufzufassen. Während sich Pop aber als eine epochale Kategorie verstehen lässt, welche eine unter anderem durch mediale und technologische Entwicklungen hervorgerufene Differenz zur vorangegangenen Volks- und Massenkultur anzeige (ebd., S. 20), bezieht sich *tribal* nicht auf Kultur, sondern auf die Ausgestaltung von neuen (gewiss zumindest anfänglich minoritären und ephemeren) Formen der sozialen Beziehungen und auf die daraus folgenden Auswirkungen ihrer Diskurs- und Handlungspraxis für den sozialen und strukturellen Wandel.

In diesem Sinne zählen zu der neotribalen Dimension – um nur noch wenige, eher aktuelle Beispiele aufzuführen – sowohl Communitys wie die der Veganer und der Impfgegner sowie Erscheinungen wie »Refugees Welcome« und ihre entgegengesetzten fremdenfeindlichen Formen oder partizipative urbane Phänomene wie »Guerrilla Gardening«, »WikiWoods« oder Fair-Trade-Konsumenten oder selbst schwer nachvollziehbare Phänomene wie die »Horrorclowns«, die im Herbst 2016 in der Lage waren, Polizei, Innenministerium und den Dachverband der Zirkusbetreiber in Aufregung zu versetzen.⁸³

Sicherlich haben die aufgeführten Beispiele in den Beobachtungen gezeigt, dass wir aus der Sicht einer längeren Periodisierung noch sehr wenig über die Entstehungs- und Entwicklungsphasen dieser aktuellen Vergemeinschaftungsformen wissen. Sehr wenig wissen wir auch über die Bedeutung der Verflechtung und über mögliche Synergien von neotribalen Semantiken und Praxisstrategien mit einigen mehrschichtigen Phänomenen wie der Gentrifizierung und der urbanen Transformation insgesamt, der nicht politisch motivierten Gewalt im städtischen Raum, einigen Aspekte der New Economy, der Subjektivierung der Arbeit, der Entwicklung von bewussten Konsummodellen, der Durchsetzung des Neoliberalismus auch auf kultureller Ebene sowie neuen basisdemokratischen Tendenzen in der Politik und neuen Formen des Populismus.⁸⁴ Wir wissen auch noch sehr wenig über die sozialhistorische Dimension der von Maffesoli und Cova beschriebenen kommunikativen Praxis in Bezug auf ihre Übernahmen seitens der institutionellen Akteure, die sie zur Identitätsstiftung, Befriedigung von Bedürfnissen und Erwartungen und zur Konsenskonstruktion anwenden.

Die empirische sozialhistorische Wahrnehmung von neotribalen Phänomenen bietet aber nicht nur eine neue Beobachtungsperspektive auf die Krise und Transformationen sozialer Strukturen und auf die Schaffung neuer symbolischer Ordnungssysteme und materieller Verhältnisse in der jüngsten Vergangenheit. Sie könnte auch als Fragengenerator zum Beispiel hinsichtlich der Bedeutung und der Auswirkung des Neotribalen auf einige klassische zentrale Begriffe der Sozialgeschichte (und umgekehrt) fungieren, wie zum Beispiel Klasse und Gender, aber auch politische Partizipation oder Solidarität und soziale Ungleichheit. Welche Auswirkung hätte eine neotribale Perspektive auf Gender, Generation, Nation, Rasse, beziehungsweise welche weiteren Erkenntnisse können von der Intersektion dieser Kategorien mit dem Neotribalen gewonnen werden? Wie sind neotribale Phänomene zum Beispiel in Bezug auf Gender zu deuten, wenn die Widersprüchlichkeit der vermeintlichen Homogenisierung der Unterschiede durch Konsum und dem offensichtlichen Weiterbestehen ungleichgewichteter Machtverhältnisse in der Gesellschaft betrachtet wird? Oder umgekehrt: Wie werden diese Unterschiede durch die neotribale Phänomenologie neu definiert? Wie verändern neotribale Konstellationen die Stiftung von Genderidentitäten?

Das Gleiche gilt für die Kategorie Klasse, die zwar in der neotribalen Dimension ausgeklammert wird, aber trotzdem ihre zentrale Funktion zur Deutung sozialer Unterschiede behält.⁸⁵ Der vor Kurzem gestorbene Soziologe Luciano Gallino konstatierte 2012, dass die sozialen Klassen weiterhin existieren, auch wenn sie aus den Köpfen der meisten von uns verschwunden seien.⁸⁶ Klassen bestehen demnach auch in der neotribalen Gesellschaft,

83 Jan Kiveler, Was uns die Horrorclowns wirklich sagen wollen, in: Die Welt, 30.10.2016, URL: <<https://www.welt.de/kultur/article159129187/Was-uns-die-Horrorclowns-wirklich-sagen-wollen.html>> [7.9.2017].

84 Joshua David Greene, Moral Tribes, Emotion, Reason, and the Gap Between Us and Them, New York 2013.

85 Angelo Livreri Console, Di che classe sei? Una riflessione sociologica sull'attualità dell'analisi di classe, Rom 2006.

86 Luciano Gallino/Paola Borgna, La lotta di classe dopo la lotta di classe, Rom/Bari 2012.

das heißt in kulturellen Systemen, die Klasse als Konzept überwinden wollen. Viele der vorhin aufgelisteten Phänomene sind im Endeffekt Ausdruck einer zum großen Teil globalisierten urbanen Mittelschicht. Darunter befinden sich zum Beispiel jene unter prekären Bedingungen arbeitenden Intellektuellen oder »cognitarian workers«⁸⁷, die ihr Unwohlsein mit ihrem realen wirtschaftlichen Zustand mit den äußerlichen Merkmalen einer nivellierten Wohlstandsgesellschaft konfrontieren: »zu reich, um auf ihre Sehnsüchte zu verzichten, aber zu arm, um sie zu realisieren«.⁸⁸

Ohne eine neue Definition von Klasse geben oder eine Erweiterung des Schichtkonzepts wie für die »Sinus«-Milieus praktizieren zu wollen: Welche neue Deutung der sozialen Unterschiede bietet uns die neotribale Perspektive an? Werden dadurch alte Grenzen (Klasse und Schicht, Ethnie, Rasse und geografische Herkunft) tatsächlich oder nur auf symbolischer Ebene aufgelöst? Kann uns die neotribale Perspektive zum Beispiel helfen, die radikale Veränderung, ja quasi das Verschwinden der Mittelschicht in Italien seit der Mitte der 1990er-Jahre neu zu interpretieren? Welche Wechselwirkung besteht zwischen dem Auftreten von neotribalen Phänomenen in den letzten 30 Jahren und der Verfestigung jener neoliberalen Politiken in Europa, die trotz der vielen eklatanten Dementis nahezu unverändert geblieben sind?⁸⁹

Die meisten neotribalen Phänomene stellen eine kontrahegemoniale Antwort auf den kulturellen und ideologischen Wandel des Neoliberalismus dar, indem sie seine individualistische Herausforderung annehmen und diese auf die Ebene des Gemeinschaftlichen umkehren. Gerade die Durchdringung der Arbeitswelt durch eine postfordistische Partizipationskultur hat eine noch nicht untersuchte Auswirkung auf die Produktions- und Unternehmensformen, auf die innerbetrieblichen Beziehungen sowie auf Modi und Wege der Forschung und Entwicklung mit sich gebracht.⁹⁰ Dasselbe gilt für weitere Felder, die hier nicht alle aufgelistet werden können, aber eine Reihe an offenen Fragen zeigen: Wie lassen sich zum Beispiel im Rahmen einer ästhetischen partizipativen Kultur jene offensichtlich neuen sozialen und politischen Partizipationsformen interpretieren, die seit einigen Jahren das europäische Panorama prägen? Wie wurden die alten Formen des Protests und des sozialen Kampfs sowie der politischen Partizipation im Allgemeinen durch jene Bewegungen verändert, die die traditionellen Argumentationsmuster der Moderne mit einer Gefühlsemantik⁹¹ der Illusion, der Enttäuschung, des Unkonventionellen und gleichzeitig des Konformismus (der weiterhin existiert), des Hedonismus und der Leidenschaft (im etymologischen Sinne) sowie der apokalyptischen Visionen einer Zukunft, die seit Jahrzehnten hier und jetzt konsumiert wird, ersetzt haben?

87 *Franco Berardi*, Cognitarian Subjectivation, in: E-flux, 2010, Nr. 20, URL: <<http://www.e-flux.com/journal/20/67633/cognitarian-subjectivation/>> [7.9.2017].

88 *Raffaele Alberto Ventura*, Noi, classe disagiata, in: IL – Idee & Lifestyle, 30.8.2016, URL: <<http://24ilmagazine.ilsole24ore.com/2016/08/noi-classe-disagiata/>> [7.9.2017].

89 Vgl. hierzu *Gallino/Borgna*, La lotta di classe dopo la lotta di classe, S. VII.

90 Vgl. hierzu das bereits erwähnte Promotionsvorhaben von *Ciammariconi*, Die Rekonzeptualisierung der Arbeit in Italien seit den 1970er Jahren.

91 Was *Maffesoli* als »transfiguration du politique« bezeichnet, vgl. *Michel Maffesoli*, La transfiguration du politique. La tribalisation du monde postmoderne, Paris 2002.