


Sehr beliebt sind aber als nachbereitende Erfassung der Aktionen die oben unter δ) erwähnte Dokumentation zur Eigenwahrnehmung der »Flashmobs«. Dazu zählen vor allem Videoaufnahmen bei →Youtube oder Photos in den jeweiligen Communities, in denen die Aktionen geplant worden sind. Sie bieten dem Teilnehmenden die Möglichkeit die Aktion noch einmal von außen, aus veränderter Perspektive, zu betrachten und sind nicht selten auch als Motivation zu verstehen, an künftigen Aktionen teilzunehmen.

»Flashmobs« begründen zudem eine Ästhetik des in der Masse aufgehenden Individuums, das in dem Moment der Massenerfahrung Glücksgefühle über die gleichen Tätigkeiten und scheinbar auch gleichen Motive wie Empfindungen verfügt. Die Außen- wie Innenwirkungen sind allerdings wesentlich abhängig vom erreichten Grad und der möglichst synchronen Intensität der körperlichen Bewegungsformen.

Hinter »Flashmobs« steht daher nicht nur eine Hilflosigkeit des postmodernen Menschen, sondern vor allem eine rein kindliche Motivation. In negativer Hinsicht sprechen Kritiker daher gern auch von »Flashmobs« als puerilen, naiven oder kindischen Veranstaltungen, wobei man mit derselben Berechtigung darunter auch alle übrigen Individual- sowie Massenvergnügungen (Erlebnisparks, Hobbys, Jahrmärkte, aber auch Spaziergänge, Hobbys) subsumieren könnte.

Weil der »Flashmob« abhängig ist von der Nutzung des Weltnetzes, sind die Protagonisten und Partizipanten eines »Mobs« sozial allerdings relativ homogen. Teilnehmer können nur Personen sein, die einen intensiv genutzten Zugang zum Weltnetz besitzen, so daß beispielsweise gemäß der sich seit Einführung des breiten öffentlichen Netzes im Jahre 1993 herausgebildeten »digitalen Kluft« vor allem jüngere, sozial höhergestellte und intellektuell interessierte Men-

schen als Flashmobber« in Erscheinung treten, während ältere, arbeitslose, sozial Schwache und schriftsprachlich Uninteressierte kaum an »Flashmobs« teilhaben.

 Claus Heinrich Bill: Zur Philosophie der Blitzaufläufe. Flashmobs als typische Ausdrucksform der postmodernen Kommunikationsgesellschaft, in: Institut Deutsche Adelsforschung (Herausgeber): Nobilitas. Zeitschrift für deutsche Adelsforschung, Jahrgang XII., Folge 57, Sonderburg 2009, Seite 141-147.

FRIEDHOFSKULTUR

Der Friedhof, ursprünglich Vorhof eines Hauses oder einer Kirche, wurde in Europa seit dem frühen Mittelalter durch den religiösen christizistischen oder auch jüdischen Kult zu einem Ort der Trauerkultur gemacht, die inhärent Bestandteil und Spiegel der jeweiligen Gesellschaft war, die diese Friedhöfe als medial inszenierte Räume der Todesästhetisierung angelegt hatte.¹ Die Art und Weise, wie sie dies in je unterschiedlichen Zeitläuften tat, kann man als F. bezeichnen. Diese ist jedoch nicht zu verwechseln mit der Sepulkralkultur, die die gesamte Kulturalität des Totenkults umfaßt, von der F. nur einen kleiner Teil darstellt. Aufgrund der Formung durch die Gesellschaft und den jeweilig herrschenden Zeitgeist war die F. grundsätzlich wandelbar und von den Vorstellungen und dem Gestaltungswillen einer veränderlichen sozialen Gemeinschaft abhängig.

Sie kennzeichnet sich zunächst grundsätzlich durch die Abgrenzung eines »Stillraumes« aus dem Alltagsleben durch die Zusammenfassung von Gräbern in einem ummauerten »Hof« oder Gelände. Dadurch wird die Abwesenheit von Eigenschaften wie Hektik, Streß und Zeitdruck erzeugt und ihr Wesen ruht gleichsam als Äquivalent der

¹ Thomas Klie: *Auf der Oberfläche tanzen! Von Oszillationen und Reinszenierungen*, in: Thomas Klie (Herausgeber): *Darstellung und Wahrnehmung*, Münster 2000, Seite 260