

Musik ist Lebensgefühl und Statement zugleich

Zur Bedeutung der Populärmusik für den jugendlichen Alltag

Beate Großegger

Unredigiertes Manuskript – Text erschienen in: Bailer, Noraldine; Huber, Michael (Hg.): Youth – Music – Socialization. Empirische Befunde und ihre Bedeutung für die Musikerziehung (extempore. Schriftenreihe des Instituts für Musiksoziologie der Universität für Musik und darstellende Kunst Wien, Heft 6), Wien, 2006, 29-38

Autorin:

Dr.in Beate Großegger ist wissenschaftliche Leiterin und stv. Vorsitzende des Instituts für Jugendkulturforschung – jugendkultur.at sowie Lehrbeauftragte an den Universitäten Wien und Innsbruck. Sie studierte Kommunikationswissenschaft mit Schwerpunkt Kommunikationssoziologie und Kommunikationspsychologie und ist seit 1996 in der angewandten Jugendforschung tätig.

Seit nunmehr mindestens fünf Jahrzehnten ist das Bild der Jugend mit der Populärmusik auf das Engste verknüpft. Das erste Mal ein Pop- oder Rockkonzert besuchen, scheint ebenso fester Bestandteil der Jugendphase zu sein, wie die HiFi-Anlage, die laut aufgedreht wird, wenn Eltern und Lehrer wieder einmal so richtig nerven. Musik hören und mit Freunden etwas unternehmen sind im Jugendalter die am häufigsten und zugleich am liebsten ausgeübten Freizeitaktivitäten. Populärmusik ist allseits verfügbar: im Radio, im Musik-TV, auf Tonträgern und in Form von MP3s im Internet. Ohne zu übertreiben kann man sagen: Populärmusik ist Angelpunkt jugendlicher Freizeit- und Konsumkultur.

Populärmusik wird von den Jugendlichen mit persönlichen Erlebnissen verbunden, in den persönlichen Alltag eingearbeitet, sie ist Thema in den Peer-Groups und wird in der Interaktion mit (annähernd) Gleichaltrigen mit überindividueller Bedeutung versehen. Musikrezeption ist demnach weit mehr als nur reiner Hörgenuss. Musikrezeption bedeutet Reden über Pop, Experimentieren mit popkulturellen Lifestyles, Auseinandersetzung mit kollektiven Vorstellungswelten und Stimmungen, Erleben des jugend- und popkulturellen Zeitgeists. Anders gesagt: Musikrezeption im Jugendalter ist nicht etwas, das sich (nur) auf der individualpsychologischen Ebene erschließen lässt, sondern vielmehr etwas, das als ein sozialer und kultureller Prozess verstanden werden muss.

Immer schon war die Populärmusik eng verbunden mit bestimmten sozialen, kulturellen und ästhetischen Praxen. Seit Jahrzehnten liefert sie den Soundtrack zu verschiedensten expressiven Ausdrucksformen der Jugendkultur und ist Kristallisationspunkt eines Lebensgefühls der „Noch-nicht-Erwachsenen“ wie auch der aus diesem Lebensgefühl resultierenden Lebensformen und Lebensstile. Populärmusik dient seit jeher der jugendkulturellen Selbstdefinition. Und da Selbstdefinition nun einmal über Differenzenerfahrung passiert, dient sie selbstverständlich auch der Abgrenzung gegenüber „anderen“ Lebensformen und -stilen oder, um es in sozialwissenschaftlichen Jargon zu sagen: der Distinktion.

Das, wovon sich die jungen Musikkonsumenten und Musikkonsumentinnen abzugrenzen suchen, hat sich im Laufe der Zeit freilich gewandelt. Die Populärmusikrezeption der heutigen Jugend hat mit dem rebellischen Zeitgeist der Rock'n'Roll-Jugend der 1950er oder den musikalisch unterlegten Gesellschaftsutopien der 60er- und 70er-Jahre-Jugend nicht mehr allzu viel gemeinsam. Zwar gibt sich die Jahrtausendwende-Jugend nach außen hin nach wie vor expressiv, innen drinnen scheint sie aber verblüffend solide zu sein – zu solide für so manchen Alt- und Post-68er, der sich noch zu gut daran erinnert, dass populäre Pop- und Rock-Klänge einst im Zeichen des Generationenkonfliktes und einer kulturellen Revolution gegen angestammte Traditionen und herrschende Ordnung standen.

Heute ist das Aufbegehren gegen die Welt und die Werte des erwachsenen Establishments, wie die Jugendforschung zeigt, kein großes Thema mehr, was u.a. wohl auch damit zu tun haben mag, dass die heutige Elterngeneration in vielen Dingen des Alltags deutlich liberaler eingestellt ist als die Eltern vor dreißig oder vierzig Jahren – etwa wenn es um Ausgehen und Partyfeiern oder vorehelichem Sex im Elternhaus geht. Für die Jungen ist das zweifelsohne praktisch. Und so wohnen viele auch noch als „Twentysomethings“ im elterlichen Haushalt: weil es kostengünstig und vor allem auch bequem ist (immerhin muss man sich um den Wohnungsputz nicht groß kümmern und der Kühlschrank ist meistens auch gut gefüllt). Kein Wunder also, wenn die weltanschaulichen Grabenkämpfe zwischen Jung und Alt ausbleiben und – analog dazu – die Pop- und Rockmusik als Soundtrack zum Generationenkonflikt immer mehr verstummt.

Populärmusik ist nicht mehr Vehikel des Generationenkonfliktes, Populärmusik ist heute vielmehr Medium der soziokulturellen Selbstverortung innerhalb der „Gesellschaft der Gleichaltrigen“ (Zinnecker u.a. 2002). Vorbei sind die Zeiten, in denen die Populärmusik der Ausbildung einer generationentypischen kulturellen Identität diente. Die Identitätsprojekte der Jugend konzentrieren sich heute darauf, innerhalb der eigenen Generation eine soziale und

kulturelle Heimat zu finden.¹ Und die Musik – und zwar sowohl die Musik, die man gern hört, als auch die, die man schrecklich findet – spielt hier eine zentrale Rolle.

Wie der „4. Bericht zu Lage der Jugend in Österreich“ zeigt, zählt der Musikgeschmack neben der Chemie, die stimmen muss, zu den wichtigsten Bindungsfaktoren in jugendlichen Cliques. (vgl. Großegger 2003: 18f) Und jugendkulturelle Trendsetter stehen dazu, dass ihnen die Musik, weit vor Mode und Marken, in „ihrer“ Szene am aller wichtigsten ist. (Tfactory 2005) Rund um Musikstile wie HipHop, Techno, Metal oder House formieren sich eigenständige jugendkulturelle Szenen und mit ihnen natürlich auch eigenständige Event- und Partykulturen, die heute vielfach Teil einer mehrheitsfähigen Jugendkultur sind. Seit den späten 1980er Jahren ist die Jugendkultur nämlich immer stärker aus ihren subkulturellen Nischen herausgetreten. An die Stelle einiger weniger „Jugendbewegungen“, die sich nicht nur gegenüber dem erwachsenen Establishment, sondern auch gegeneinander teils mit radikaler Energie abgrenzten (beispielhaft zu nennen sind hier etwa „rechte“ Skinheads und „linke“ Punks oder „smarte“ Popper und „erdige“ Hard-Rock-Fans), ist eine bunte Vielfalt an Jugendszenen² getreten, die sich größtenteils nicht mehr weltanschaulich positionieren, sondern sich als junge, lifestyleorientiert-expressive Freizeitkulturen präsentieren und in weiten Bereichen nach dem Prinzip „Leben und leben lassen“ und „Vieles geht mit vielem zusammen“ funktionieren. (vgl. Großegger/Heinzlmaier 2002) In dieser neuen Jugendszenewelt dient Musik – ebenso wie die Mode, die Marken, die man trägt – dazu, sich in der „Gesellschaft der Gleichaltrigen“ lebensstilistisch zu verorten. Musik ist Teil des so genannten Szene-Codes: Das heißt, wer zu einer Szene dazu gehören will, muss nicht nur die Szene-Marken bzw. den Dress-Code oder die Szene-Sprache, also den für die jeweilige Szene typischen Soziolekt, kennen und die in der Szene gängigen Gemeinschaftsrituale beherrschen, er muss auch den „richtigen“ Musikgeschmack haben und genau wissen, was man in der Szene hört und welche Sounds und Artists mit dem Lifestyle der Szene inkompatibel sind.³

¹ Sehen muss man in diesem Zusammenhang, dass jene Altersgruppe, die gemeinhin unter dem Begriff „Jugend“ zusammenfasst wird, sich heute nicht (mehr) als ein homogenes Ganzes präsentiert, sondern in eine bunte Vielfalt an optional wählbaren Stilgruppen zerfällt. Dass dem so ist, ist eine Konsequenz gesellschaftlicher Individualisierungs- und Pluralisierungsprozesse, aus denen der Trend zur Entstandardisierung und Lebensstilisierung von Jugendbiographien resultiert.

² In der Jugendsoziologie steht der Begriff „Jugendszenen“ für kulturelle Netzwerke, in denen sich junge Menschen mit ähnlichen Interessen und einem ähnlichen Lebensgefühl zusammen finden. Die Szenen werden von einem Wir-Gefühl regiert, das Standes- und/oder Lebenslageninteressen weitestgehend ausblendet und das Interesse für das Szene-Thema akzentuiert.

³ Die Genres Rock und Pop sind vor dem Hintergrund der szenebезogenen wie auch musikstilistischen Ausdifferenzierung während der letzten Jahre immer mehr zu einem Sammelnamen „für alles, was irgendwie aktuell klingt, ohne wehzutun“ (Walter 2004: 47), geworden, was allerdings nichts daran ändert, dass auch Rock und Pop von Jugendlichen nach wie vor gern und oft gehört werden. Selbst

Die zwei größten und populärsten Musikszene der Gegenwart sind HipHop und Techno.⁴ Ohne zu übertreiben, kann man sagen: Sie stehen derzeit für den jugendkulturellen Mainstream. Das zeigt sich u.a. darin, dass immer mehr Jugendliche aus dem ländlichen Raum, die von den brodelnden Zentren der Jugendkultur weitgehend abgeschnitten sind, selbstbewusst an der HipHop- und Techno-Kultur partizipieren, aber auch darin, dass Jugendliche aus dem Lehrlingssegment diesen Szenen zuströmen: Wie „elf/18 – die Jugendstudie“ (2005) zeigt, fühlen sich 40% der 16- bis 18-jährigen Lehrlinge in Österreich zur HipHop-Szene zugehörig und immerhin 31% der 16- bis 18-jährigen Lehrlinge deklarieren sich als Techno-Szenejugendliche. Der Anteil der HipHop- und Techno-Szene-Zugehörigen ist bei den Lehrlingen demnach überdurchschnittlich hoch, wobei Tatsache ist, dass sie in „ihren“ Szenen meist weniger eine Kreativkultur oder ein Experimentierfeld für individuelle Geschmacks- und Stilbildung sehen, sondern sie vor allem als eine Freizeitkulisse für ihr arbeitsfreies Wochenende nutzen. Jugendkulturelle Insider sehen darin nicht selten einen „kulturlosen“ Zugang zur Szene bzw. ein Signal für fortschreitende Mainstreamisierung und die wirkt auf sie meist wenig attraktiv: Sie wenden sich daher entweder von der Szene ab oder sie versuchen, „ihre“ Jugend- bzw.- Musikkultur nach dem Prinzip „(Kreativ-)Szene in der (Mainstream-)Szenen“ von innen heraus zu erneuern und die Trendspirale damit in Gang zu halten.

Die Trendspirale funktioniert im Grunde nach einem einfachen Prinzip: Zuerst arbeiten sich die jugendkulturellen Insider in den großen Jugendkultur-Metropolen an einem Musikstil ausgiebig ab und integrieren ihn in ihre freizeitkulturell geprägten Lifestyles wie auch in ihre Kreativkulturen. Damit setzen sie schwache Signale, die zeitverzögert und unter entsprechendem Zutun von Medien und Marketing in den Mainstream vordringen, wobei natürlich klar ist, dass die der Musik assoziierten Lifestyles entschärft und aus ihrem ursprünglichen Kontext auch bis zu einem gewissen Grad herausgelöst werden müssen, um mehrheitsfähig zu werden. Mit dem Hype bzw. dem Erblühen der Trends im Mainstream ist der Abstieg jedoch bereits vorprogrammiert. Abstieg bedeutet hier aber meist nicht ein endgültiges Ende, sondern mündet in eine Warteschleife, die so lange andauert, bis der Stil

bei den jugendkulturellen Trendsettern sind Rock und Pop, wie die Timescout-Studie zeigt, heute unter den Top 10 der beliebten Musikstile.

⁴ Neben Musik sind Funsports (Snowboard, Beachvolleyball, Streetball, Skateboard etc.) und Neue Medien (Computerspiele, Chatten, aber auch Programmieren) die großen Szene-Themen der Gegenwart. Daneben gibt es nach wie vor auch subkulturelle Szenen, die auf Oppositionskurs zum Establishment sind (Skinheads, Punks, Gothic-Szene etc.) oder sich von der kommerziellen Massenkultur abgrenzen (Indie) sowie jugendkulturell geprägte Engagement-Szenen (angefangen bei „Straight Edge“ bis zu den „Jesus Freaks“); aufgrund ihrer oft ausgeprägten Expressivität genießen diese subkulturellen Szenen teils große Bekanntheit, quantitativ gesehen spielen sie in der zeitgenössischen Jugendszene-Landschaft aber eine untergeordnete Rolle.

von jugendkulturellen Insidern der nächsten (Jugendkultur-)Generation durch Sampling und Revivals für die Jugendkultur wiederentdeckt bzw. wiederbelebt wird. Durch das ständige Auf und Ab wiederkehrender Trendwellen, durch Sampling und Variationen, die die Revivals mit sich bringen, bietet die Jugend- und Musikkultur immer wieder Neues und bleibt lebendig.

Doch zurück zur zeitgenössischen Jugendkulturlandschaft und ihrem musikalischen Repertoire: HipHop und Techno sind bei weitem nicht alles, was die zeitgenössische Szenerlandschaft musikalisch zu bieten hat. Mit House und Metal halten zwei weitere Musikstile einen Fixplatz im Jugendszenepanorama. Und daneben gibt es zahlreiche andere jugendkulturelle Trendphänomene, die über Musik vermittelt sind: angefangen beim Dancehall-Fieber, das während der letzten Jahre völlig neue Akzente in die urbanen Partykulturen gebracht hat, bis zu Grime, einem Clubsound, der Elemente des Battle Rap mit Garage und Drum'n'Bass verbindet, und ausgehend von der Subkultur der Londoner Vorortsiedlungen als britische Innovation der amerika-lastigen HipHop-Kultur gefeiert wird.

Aber auch Szenen, die mit Musik dem ersten Anschein nichts zu tun haben, punkten auf der Lifestyleebene bei genauerem Hinsehen mit dem „richtigen“ Soundtrack. Konkret heißt das: Keine FunSport-Szene, ohne den dazu passenden Musik-Stil und die musikalisch umrahmende Party- und Eventkultur. Keine „Jesus Freaks“ ohne den passenden Sound. Und auch keine Skinhead-Kultur ohne Bands wie Skrewdriver, Zillertaler Türkenjäger und Co. Jugendkulturelle Lifestyles sind ohne Musik also offenbar kaum denkbar.⁵ Und dabei gilt: Musik, Szene-Aktivitäten, Mode, „Styling“ und „Attitude“ sind aufeinander abgestimmt: Sie bilden ein in sich stimmiges Stilensemble. In der Jugendkulturforschung spricht man daher auch von Homologie des Stils. Das klingt vielleicht etwas kompliziert, ist im Grunde aber ganz simpel und, für alle, die in den Szenen unterwegs sind, vor allem auch praktisch, wie Jakob (19) erläutert: „Wenn du dir ansiehst, wie einer aussieht, weißt du meistens auch welche Musik er hört: zumindest sehe ich, ob der meine Musik hört.“ That's it.

Auch wenn Erwachsene das nicht immer ganz so wahrnehmen: Die breite Mehrheit der Jahrtausendwendejugend fühlt sich von der Jugendkultur angesprochen und sieht in den jugendkulturellen Gegenwartsphänomenen nicht nur eine populäre Freizeitwelt, sondern auch so etwas wie „Leitkultur“. Aktuelle Jugendstudien wie „elf/18“, die repräsentative Jugend-Analyse des Instituts für Jugendkulturforschung aus dem Jahr 2005, oder der vom BMSG beauftragte „4. Bericht zur Lage der Jugend“ (2003) zeigen, dass sich zwischen 80 und 90

⁵ Die einzige Ausnahme von dieser Regel sind die Computer-Freaks, die sich – scheinbar dem Nerdium verpflichtet – meist nicht über eine musikalische Geschmackspräferenz definieren, sondern Mainstream-Radio hören wie etwa Ö3, das von musikkaffinen Szene-Jugendlichen verächtlich als „Baustellenradio“ bezeichnet wird.

Prozent der österreichischen Jugendlichen mit der zeitgenössischen Jugendkultur identifizieren und die Auseinandersetzung mit jugendkulturellen Szenen samt der daran angekoppelten „Sounds“ und „Styles“ in ihre individuellen Identitätsprojekte einweben.

Die Gruppe der „echten Insider“, für die das „wahre“ Leben nicht in der Schule oder an einem Normarbeitsplatz stattfindet, sondern in den Szenen spielt, ist freilich deutlich kleiner: Rund 20 Prozent zählen zu dieser Gruppe extrem jugendkulturorientierter Jugendlicher. Sie sind diejenigen, die neue Entwicklungen vorantreiben, indem sie sich nicht nur früher, sondern gemeinhin auch stärker als die breite Mehrheit für sie begeistern. Und das gilt für so ziemlich alle Bereiche, in denen jugendkulturorientierte Lifestyles Thema sind: für Mode, Medien und ganz speziell natürlich auch für Musik. In der Jugendkulturforschung werden sie daher auch als jugendkulturelle Trendsetter bezeichnet.

Diese jugendkulturellen Trendsetter werden vom Marketing neugierig und zugleich kritisch beäugt. Das Prinzip ist einfach: Der Musikmarkt bzw. die großen Labels spähen mit erprobten Instrumenten der Marktforschung zunächst in den musikstilistischen Präferenzkosmos der urbanen Trendsetterjugend, um zu entscheiden, wo sich ein Hype rentiert, und dann dafür zu sorgen, dass die, die nicht Trendsetter sind, sich spätestens morgen an dem, was heute den echten Insidern gefällt, orientieren. Der aktuelle Black-Music-Boom mit „International HipHop“, „Reggae“, „International Soul und R’n’B“ und „Dance Hall/Ragga“ geht so etwa auf das Konto dieser trendrelevanten Jugendlichen.

Bei jugendkulturellen Trendsettern ist die Sensibilität in musikstilbezogenen Geschmacksfragen enorm, wobei Musikstile (fast) nie ohne die ihnen zugeordneten Lifestyles gesehen und bewertet werden. Jugendkulturelle Trendsetter hören Musik nicht einfach nur, weil ihnen der Sound gefällt oder weil sie eine passende Kulisse zum Party-Machen suchen. Sie hören (und schätzen) ganz bestimmte Musikstile deshalb, weil sie den mit der Musik assoziierten bzw. den von der Musikindustrie und den Musikmedien „mitgelieferten“ Lifestyle gut finden. Sie interessieren sich nicht nur für die Musik, den Klang, das akustische Moment, sondern auch für all das, was sich „drum herum“ abspielt – angefangen bei CD-Releases und „ultimativen“ Events, die in der Szene als echtes „Must“ gelten, über noch kaum bekannte aufstrebende Acts, bis zu Leuten aus dem „Musik-Biz“, über die einfach jeder spricht. In abgeschwächter Form gilt das natürlich auch für die breite Mehrheit der „allgemein Jugendkulturorientierten“ (Schmidt/Neumann-Braun 2003): Auch sie akzentuieren das stilbildende Moment, nutzen Populärmusik und ihre Protagonisten und Protagonistinnen als Ressource für individuelle Prozesse der Weltaneignung und integrieren sie in ihre Auseinandersetzung mit popkulturellen Lifestyles.

Infos über die trendigen „Sounds“, „Styles“ und die dazu gehörigen „People“ holen sich die Jugendlichen dabei von Peers, denen in popkulturellen Dingen ein Meinungsführerstatus zugeschrieben wird, und vor allem auch aus dem Internet – nicht zuletzt deshalb, weil die Infos, die man dort bekommt, top-aktuell und (in aller Regel) noch dazu „gratis“ sind. Zudem sind jugendkulturrelevante Thematiken hier in Bild, Text und Ton, also multimodal aufbereitet, was die junge Multimedia-Generation ganz besonders anspricht. Und das Internet hat aus Sicht der musikinteressierten Jugend noch einen weiteren großen Vorteil: Musik-Tauschbörsen, die legales und illegales Downloaden ermöglichen, schaffen breiten Zugang zum Populärmusik-Kosmos; dass die Musikindustrie darüber wenig erfreut ist, wird mit einer selbstbewussten „Open-Source-Mentalität“ großteils schlicht und einfach ignoriert.

Wie die Daten der „elf/18-Studie“ des Instituts für Jugendkulturforschung (2005) zeigen, sind bereits rund 90 Prozent der 15- bis 18-Jährigen und immerhin 81 Prozent der 11- bis 14-Jährigen online. Dank Internet haben auch Jugendliche im ländlichen Raum die Möglichkeit an der zeitgenössischen Jugendkultur mit all ihren musikalischen Trendströmungen zumindest virtuell zu partizipieren. Das heißt, das Internet holt die Populärmusik ins globale Dorf. Und dasselbe gilt natürlich auch für das Musik-TV, das im ländlichen Raum über Satellit und in den urbanen Zentren vor allem über Kabel zu empfangen ist. Mit John Clarke (1998) kann man also sagen: Internet und Musik-TV erweitern heute ganz wesentlich den jugendkulturellen Raum.

Musik-Magazine spielen fast nur mehr bei den echten Szene-Insidern und Musik-Freaks eine Rolle, wobei man sehen muss, dass heute passend zu jedem „trendigen“ Musikstil zwei oder drei einschlägige Musikmagazin-Titel am Markt sind. Doch diese Titelvielfalt kann nicht darüber hinwegtäuschen, dass sich Print beim jugendkulturorientierten Publikum am absteigenden Ast befindet. Kein Wunder, denn die Hochglanz-Musikmagazine, die in gut sortierten Zeitschriftenhandlungen und Bahnhofskiosken zu haben sind, kosten meist stolze 4 bis 6 Euro.⁶ Zudem ist ein monatlich erscheinendes Magazin für viele Musikinteressierte ein zu „langsames“ Medium: eines, das mit der Aktualitätsökonomie der Pop-Industrie einfach nicht mithalten kann. Bleibt den Musikmagazinen also nur, aus der Not eine Tugend zu machen und mit speziellen Kundenbindungsprogrammen wie der mittlerweile obligatorischen „CD im Heft“ Treuepunkte bei den Lesern und Leserinnen zu sammeln. Dass die Spex-, Skug-, de:bug-, Ox-, Backspin-, Juice-, Gothic-, Zillo-, Riddim-Community und Co. von ihrem (Leit-)Medium auch außertourlich zur monatlichen CD entsprechend serviciert werden will, ist

⁶ Gratismagazine, die mit hochwertigem Musikjournalismus punkten und sich dennoch ausschließlich über Anzeigen finanzieren, haben – anders als im benachbarten Deutschland – in Österreich keine Tradition.

klar: etwa mit einem attraktiven Online-Auftritt mit aktuellen Infos, einem datenbankgestützten Archiv, in dem Artikel aus älteren Ausgaben zugänglich sind, etc.

Ob „online“ oder „offline“ – die Populärmusikmedien stehen heute unter wachsendem Ökonomisierungs- und Professionalisierungsdruck. Und auch in Sachen Musikjournalismus ist einiges im Umbruch. Manche meinen, die Zukunft des Musik-Journalismus liege im so genannten „Gonzo-Journalismus“, bei dem die „Hard Facts“ der populärmusikalischen Welt weitgehend ausgeblendet werden und stattdessen die subjektiven Eindrücke und Empfindungen des Autor/innen- und Kritiker/innen-Ichs in den Mittelpunkt rücken. Solide Sachinformation ist hier nachrangig und das journalistische Prinzip „check – re-check – double-check“ wird zumindest für extreme Vertreter und Vertreterinnen des „Gonzo-Journalismus“ verzichtbar; stattdessen wird von ihnen mit der Überzeugung, selbst ausreichend musikalisches Insider-Wissen und zudem das richtige Gespür zu haben, so genanntes „Kaltschreiben“ praktiziert, das heißt CD-Neuerscheinungen werden besprochen, ohne dass die CD jemals gehört wird, Interviews werden u.U. sogar „gefaket“. (vgl. Venker 2003: 25) Freilich stößt das „Gonzo-Prinzip“ nicht bei allem Populärmusikjournalisten und -journalistinnen gleichermaßen auf Akzeptanz. Viele meinen, Musikjournalismus müsse sich allem voran als Serviceleistung verstehen und das musikinteressierte Publikum mit seriös recherchierten Informationen und Hintergrundberichterstattung bedienen – auch wenn er sich damit vielleicht den Ruf einhandelt, ein klein wenig „old-fashioned“ zu sein. Andere wiederum agieren primär als Verlautbarungsjournalisten: Sie haben sich der Musikindustrie verschrieben und texten, brav, wie man es von ihnen erwartet, Kauf- oder Nicht-Kaufempfehlungen, an denen sich jeder, der glaubt, das tun zu müssen, orientieren kann. Und dann sind da noch jene, die an das Prinzip „von der Szene für die Szene“ glauben und die Leser und Leserinnen fix ins Heftkonzept integrieren: Das Ox-Magazin stellt so etwa in guter alter Do-it-yourself-Tradition des Punk nach wie vor viel Raum für Ergüsse seiner treuen Leserschaft zur Verfügung und weist dem Fanzine-Prinzip von einst damit in leicht abgewandelter Form einen Weg in die Zukunft.

So uneinheitlich die Positionen zum Thema „hochwertiger Musik-Journalismus“ gegenwärtig auch sein mögen, in einem Punkt scheint man sich aber (weitgehend) einig: Bei Pop(ular)musikjournalismus es geht niemals nur um das Hörerlebnis bzw. den Sound, sondern immer auch um die „Artists“ und die durch sie verkörperten „Styles“ und „Attitudes“. „In“ und „cool“ sind dabei all jene, die in ihrer musikalischen Arbeit, aber auch in ihren Selbstinszenierungen den Zeitgeist auf den Punkt bringen. Die zentrale Frage, die über Erfolg und Misserfolg von Protagonisten und Protagonistinnen der Pop(ularmusik)kultur entscheidet, ist also, wie punktgenau und zugleich originell sie das Lebensgefühl der „Leute von heute“ in

ihrer musikalischen Arbeit interpretieren. Ihr Job ist es, marktgängige Lifestyles und Bewusstseinstrends, die an dieses Lebensgefühl andocken, zu verarbeiten und darzustellen – und zwar so, dass sie auf das Publikum nicht wie ein steriles Massenprodukt wirken, sondern zu einer Projektionsfläche für die Vorstellungswelten jedes und jeder einzelnen werden. Am besten, sie machen bei einem jener beiden Trendphänomene, die das Lebensgefühl der Jahrtausendwende-Jugend besonders erfolgreich bündeln, fest: bei „Retro“ oder bei „Freestyle“.

Das popkulturelle Aktionsfeld von „Retro“ geht heute über die mittlerweile allbekanntesten 70er- und 80er-Jahre-Zitate in der Mode und im Wohnraumdesign weit hinaus. Man muss sich nur ein wenig umsehen und schon fällt es einem auf: Jugendliche, die sich selbst der FM4-Schiene zuordnen, also im so genannten „alternative Mainstream“ verwurzelt sind, verklären mit sozialromantischer Attitüde vorzugsweise junge Protestkulturen der frühen 80er Jahre verklären und unterlegen ihre Retro-Schwärmereien mit dem Sound einer der neuen deutsche Gitarrenrock-Bands, die zumindest ein klein wenig an die Popkultur im Deutschland (und Österreich) der frühen 80er erinnern. Und auch wenn es manch einem kühn erscheinen mag, bei Acts wie „Wir sind Helden“, „Juli“ oder „Silbermond“ von der neuen „Neuen Deutschen Welle“ zu sprechen, hat sich doch so mancher Schreiberling angesichts der Euphorie für Judith Holofernes und Co. schon retrobewusst an diesem Begriff versucht. Auch in der elektronischen Musikszene, insbesondere in der so genannten „Club-Culture“, blickt man heute retrobewusst zurück in die Vergangenheit. Die Discobewegung der 1970er ist plötzlich wieder Thema – als Zulieferer von kreativen Ideen für einen „neu-alten“ Party-Sound, aber auch als Stoff für so manches skurrile Gedankenexperiment, das Disco in einer für Retro-Phänomene typischen a-historischen Lesart allein aufgrund der Tatsache, dass Homosexuelle nicht ausgegrenzt wurden, zu einer quasi-politisch-korrekten Bewegung mutieren lässt (nebenbei bemerkt: der Begriff der „Political Correctness“ war in den 1970ern noch gar nicht „erfunden“). Und auch der langsam leicht abebbende „Electro-Clash“-Boom, der alte Scheiben aus den punkigen 1970ern Eingang in die zeitgenössische „DJ-Culture“ verschafft, steht schon allein materialbedingt voll und ganz im Zeichen von Retro.

Dass derlei Retroismen in der Jugendkultur boomen, hat einen simplen Grund: Die Jugendliche reagieren schlicht und einfach auf die Welt, in der sie leben – eine in vielerlei Hinsicht überfordernden Welt, die noch dazu von dynamischem Wandel geprägt ist. Das, was heute neu ist, ist morgen vielleicht schon alt. Und das, was heute sicher scheint, ist morgen vermutlich nicht länger garantiert. Identitätstheoretiker sprechen von Komplexitätsdruck und Gegenwartsschrumpfung (vgl. Keupp u.a. 2002: 45ff) – Zeitphänomene, die plausibel machen, warum ein spielerischer Retro-Blick, der zurück und nicht in die Zukunft gewandt ist,

das Lebensgefühl der heutigen Jugend in vielfältiger Weise zu binden vermag und musikstilübergreifend zum Trend wird.

Und auch „Freestyle“ ist nicht von ungefähr Trend. Auch „Freestyle“ trifft den Nerv der Zeit. Im Jugendkulturdiskurs steht „Freestyle“ für jugendkulturelle Phänomene, die die tradierte Ordnung, die Welt, in der die Erwachsenen leben, prägt, unterhöhlen, indem sie sie ignorieren und für alles, was sie bewegt und was sie tun, eigene, flexible Regeln (er)finden. „Freestyle“ ist eine Kultur der Jungen, die sich ganz bewusst außerhalb altangestammter Traditionen positioniert und dennoch ist „Freestyle“ nicht etwa institutionenkritisch in einem klassischen politischen Sinn. Jugendkulturelle Szenen wie die Snowboard-Szene, die Skateboard-Szene, aber auch die HipHop-Szene sind auf das Engste mit der „Freestyle“-Idee verknüpft. Nicht Opposition zum Establishment ist hier Thema – wenn Opposition, dann schon eher Opposition zu jenen reglementierten und alles in allem wenig innovativen Zonen der Freizeitgesellschaft, die von Otto Normalverbraucher und dessen Gattin bevölkert werden. „Freestyle“ steht für die Suche nach dem eigenen Stil, für ein kreatives sich Freimachen aus der Enge des Gewohnten und Akzeptierten, für ein Experimentieren mit ästhetischen Praxen, die ihren Reiz aus dem Crossover- und Fusion-Prinzip beziehen. By the way: „Freestyle“ ist in der Jugendkultur heute ein echter Mega-Seller. Fast könnte man darüber vergessen, dass „Freestyle“ nicht etwa neu, sondern gerade im Musiksektor ein altbewährtes Kreativprinzip ist. Wien Mitte der 1970er ist ohne den Underground-Charme seiner Freestyle-Jazz-Szene so etwa nur schwer vorstellbar und auch in weitaus weniger intellektuellen Bereichen als dem Jazz spielt der „Freestyle“-Gedanken unter Musikschaftern seit geraumer Zeit eine Rolle. Crossover und Fusion-Strategien wurden und werden von VetreterInnen verschiedenster Musikströmungen aufgenommen und als Motor ihres musikalischen Schaffens wie auch als Ausdrucksmittel eines Lebensgefühl jenseits der Enge der Normalbürgerwelt gesehen.

Ob „Retro“ oder „Freestyle“ – beide Trends machen deutlich, worum es bei der Musikrezeption im jugendlichen Alltag eigentlich geht. Musik ist Lebensgefühl und Statement zugleich. Das ist zweifellos der größte und in seinen Konsequenzen weitreichendste Unterschied zwischen der Populärmusik und der klassischen Musik. Die Rezeption klassischer Musik passiert reflektiert, ruhig, ja oft geradezu kontemplativ: alles scheint konzentriert auf (individuellen) Hörgenuss. Populärmusikrezeption gibt sich hingegen auf eine mitreißende Art expressiv. Gemeinschaftserleben steht im Vordergrund: Die jugendkulturrelevanten Musikstile transportieren Emotionen und Lebensgefühl oder, um es in Sozialwissenschaftdeutsch zu sagen: Sie sind Material für kollektive Wir-Figurationen (auch dann noch, wenn man ganz für sich allein zuhause Musik hört). Jeder einzelne

jugendkulturrelevante Musikstil steht für einen eigene „community of meaning“ und einen eingeständigen Lifestyle – einen, den man nicht verstecken muss, sondern selbstbewusst herzeigen will und kann. Und so stellt die jugendkulturorientierte Musikrezeption letztendlich frei, ob man sich dem Hörerlebnis hingibt oder dem aus Sound, Style und Attitude erwachsenden Gesamtkunstwerk oder in stimmigem Rhythmus vielleicht auch beidem ...

Datenquellen:

Institut für Jugendkulturforschung (2005): „elf/18 – die Jugendstudie“, rep. für 11- bis 18-Jährige, n=800

Institut für Jugendkulturforschung (2005): „Mädchen-Studien 05: Beruf, Pop und Politik“, qualitative Exploration

tfactory Deutschland (2005): „Timescout“ 7. und 8. Welle, jugendkulturorientierte Opinion-Leader und Early Adopters im Alter von 11 bis 29 Jahren, n=900

BMSG (2003): „4. Bericht zur Lage der Jugend/Teil A: Jugendradar“, rep. für 14- bis 30-Jährige , n=1549

Literatur:

Clarke, John (1998): Stilschöpfung, in: Kemper, Peter u.a. (Hg.): „But I like it.“ Jugendkultur und Popmusik, Stuttgart: Reclam, 375-392

Großegger, Beate (2003): Die sozialen Netzwerker. Primärbeziehungen im jugendlichen Alltag, in: BMSG: 4. Bericht zur Lage der Jugend/Teil A: Jugendradar 2003. Wien: BMSG Eigenverlag, 6-39

Großegger, Beate; Heinzlmaier, Bernhard (2002): Jugendkultur-Guide. Wien: öbv&hpt

Keupp, Heiner u.a. (2002): Identitätskonstruktionen. Das Patchwork der Identitäten in der Spätmoderne, Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag

Schmidt, Axel; Neumann-Braun, Klaus (2003): Keine Musik ohne Szene? Ethnografie der Musikrezeption Jugendlicher, in: Neumann-Braun, K.; Schmidt, A.; Mai, M. (Hg.): Popvisionen. Links in die Zukunft. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 246-272

Venker, Thomas (2003): Ignoranz und Inszenierung. Schreiben über Pop. Mainz: Ventil-Verlag

Walter, Harry (2004): She said yes. I said Pop, in: Grasskamp, W.; Krützen, M.; Schmitt, S. (Hg.): Was ist Pop? Zehn Versuche. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verlag. 43-68

Zinnecker, Jürgen u.a. (2002): Null Zoff & voll busy. Die erste Jugendgeneration des neuen Jahrtausends. Opladen: Leske+Budrich

Autorin:

Dr.in Beate Großegger ist wissenschaftliche Leiterin und stv. Vorsitzende des Instituts für Jugendkulturforschung – jugendkultur.at sowie Lehrbeauftragte an den Universitäten Wien und Innsbruck. Sie studierte Kommunikationswissenschaft mit Schwerpunkt Kommunikationssoziologie und Kommunikationspsychologie und ist seit 1996 in der angewandten Jugendforschung tätig.

Kontakt: bgrossegger@jugendkultur.at