



Jugend und Musik

Mag. Bernhard Heinzlmaier

Wien, 2011

Foto-Credits: Paul Mundthal, Yannik Markworth, Sebastian Czub, Tino Höfert/www.jugendpresse.org

Institut für Jugendkulturforschung – jugendkultur.at
Alserbachstraße 18 / 7. OG / 1090 Wien
Tel. +43 / (0)1 / 532 67 95
E-Mail: bheinzlmaier@jugendkultur.at

Inhalt

1	POPKULTURELLES KAPITAL ALS RELEVANTE WISSENSRESSOURCE UND MUSIKSZENEN ALS LERNORTE	2
2	BEDEUTUNG DER MUSIK IN ZEITEN DES DIKTATS DES VISUELLEN	2
3	WIRKUNGSWEISE VON MUSIK	3
4	DAS DICHOTOMISCHE KONZEPT DER KLASSISCHEN ÄSTHETIK	4
5	POPULÄRKULTURELLES KAPITAL	5
6	FUNKTION DER MUSIKNUTZUNG DER JUGEND	7
7	DIE PRÄSENTATIVE SYMBOLIK DER MUSIK	9
8	DIE BELIEBTESTEN MUSIKGENRES	10
9	MUSIK UND POLITIK	12
10	MUSIKSZENEN ALS LERNORTE	14
	LITERATUR	16
	AUTOREN-INFO	16

1 Popkulturelles Kapital als relevante Wissensressource und Musikszenen als Lernorte

In seinem Aufsatz „Neue Strömungen der Weltwahrnehmung und kulturellen Ordnung“ weist der deutsche Jugendsoziologe Dieter Baacke auf ein fatales Problem hin, das sich fast notwendig ergibt, wenn man sich wissenschaftlich mit Phänomenen der postmodernen Jugendkultur auseinandersetzt. Das Problem, das Baacke sieht, ist das des „exterritorialen Beobachters“ (Baacke 1997:30). Ein solcher Beobachter, der außerhalb des jugendkulturellen Territoriums, über das er urteilt und schreibt, positioniert ist, steht immer in der Gefahr, „die Sensibilitäten und Intensitätserfahrungen von Jugendlichen“ (Baacke 1997:30) von einer pädagogischen Warte aus mit Unverständnis zu betrachten und in der Folge zu negativen und deklassierenden Urteilen zu gelangen.

Einen derart vorurteilsbesetzten Zugang zu den Kulturen der Jugend sollte man genauso vermeiden wie eine zu diesem diametral entgegengesetzte, häufig anzutreffende Beurteilungsweise, die alles für gut, richtig und schön erklärt, was Jugendliche hervorbringen und tun und damit den gesamten Kulturkonsum und jegliche Kulturproduktion der Jugend gegenüber Kritik zu immunisieren versucht. Eine solche Fetischisierung von Jugendkultur passt im übrigen gut in eine Gesellschaft, in der der Juvenilität ein so großer Wert zukommt, dass man bei der Beschreibung von Menschen den Begriff des Alters vermeidet und anstelle dessen nur mehr von mehr oder weniger jungen Menschen spricht. Mehr noch als zu Lebenszeiten von Simone de Beauvoir muss man sich heute für ein fortgeschrittenes Lebensalter offensichtlich schämen. „Freundlich oder erobst sagten mir viele Leute, vor allem ältere, bis zum Überdruß, es gäbe kein Alter. Es gäbe lediglich mehr oder weniger junge Leute, das sei alles. Für die Gesellschaft ist das Alter eine Art Geheimnis, dessen man sich schämt und über das zu sprechen sich nicht schickt.“ (vgl. de Beauvoir 2007:5)

2 Bedeutung der Musik in Zeiten des Diktats des Visuellen

Wir leben in einer Zeit der Bilder. Screens beherrschen unseren Alltag. In den Büros, auf Bahnhöfen, in Schulen und Universitäten, in Arztpraxen, in Kaffeehäusern, in den eigenen vier Wänden, überall flimmern Bilder über Bildschirme unterschiedlichster Größe. Bildschirme und das Bild sind omnipräsent. Schon in den 1980er Jahren war bei Günther Anders der Eindruck entstanden, dass die Bilder von der Realität, die uns ständig umgeben, längst wichtiger geworden sind, als die Realität selbst. Bilder kommen nicht mehr als Ausnahmen in unserer Welt vor. Vielmehr sind wir von Bildern umstellt, einem Dauerregen der Bilder ausgesetzt. „Früher hat es Bilder in der Welt gegeben,

heute gibt es die Welt im Bild, richtiger: die Welt als Bild, als Bilderwand, die den Blick pausenlos fängt, pausenlos besetzt, die Welt pausenlos abdeckt.“ (Anders 1980:76) Und die Wirkung der Bilder ist stark, fast magisch ziehen sie uns in ihren Bann.

Die größten Teile ihrer Freizeit, aber auch ihrer Lehr- und Lernzeit verbringen Kinder und Jugendliche in Konfrontation mit der Bilderwelt der Bildschirme. Egal ob gelernt, gespielt, gechattet, geskyppt oder gesimst wird, immer sind Bilder irgendwie im Spiel. Und auch das eigene Selbst wird den Jugendlichen zum Bild, das sie immer häufiger und intensiver betrachten, um es dann bearbeiten und gestalten zu können – mit Modeartikeln, Kosmetikpräparaten, Piercings und Tattoos und letztlich sogar mit der Hilfe der plastischen Chirurgie.

Die Gefahr des Visuellen kann darin bestehen, dass wir nur mehr auf uns selbst, unser eigenes Erscheinungsbild achten und unsere Mitwelt darüber vergessen oder wir unserer Mitwelt nur darum den Blick zuwenden, um uns im Zuge des Vergleiches unserer eigenen ästhetischen Überlegenheit zu vergewissern. Der Egozentrismus unserer Zeit ist wohl auch ein Kind unserer starken Bindung an das Bild, an das sinnlich Wahrnehmbare, der Ästhetisierung unseres gesamten Lebens.

Welche Rolle kommt nun in der Zeit der Bilder dem Hören und dem Hörsinn zu? Im Gegensatz zu den Bildern, dem Sichtbaren, das in der Zeit verharrt, sind Töne flüchtige Erscheinungen, so schnell sie kommen, so schnell sind sie auch wieder verschwunden. „Das Sichtbare verharrt in der Zeit, das Hörbare hingegen vergeht in der Zeit.“ (Welsch 1996:247) Diese Flüchtigkeit und Ungebundenheit der Töne ist ihr großer Vorteil, weil sie dadurch schwerer beherrschbar sind. Im Gegensatz zum Sichtbaren an keinen materiellen Gegenstand gebunden, genießen sie eine besondere Freiheit. Demzufolge ist Musik für Theodor W. Adorno auch das Medium der Freiheit, während das Sehen ein Medium der Herrschaft ist. (Adorno zitiert nach Welsch 1996:248)

3 Wirkungsweise von Musik

Bereits Platon wusste um die magische Kraft der Musik, die in der Lage ist, die Menschen vor allem emotional zu bewegen. Er hielt die Musik für gefährlich, „weil am tiefsten in die Seele Rhythmus und Harmonie eindringen“. (Platon zitiert nach Ammon 2011:24) Er war der festen Überzeugung, dass die Musik starke Auswirkungen auf das Zusammenleben der Menschen habe und in letzter Konsequenz sogar die Form des Staates beeinflussen könne. Aus diesem Grund müsse sie auch staatlich kontrolliert und geregelt werden. Bestimmte Tonarten, wie klagende oder weiche Töne, waren im Rahmen seines utopischen Staatsentwurfes sogar verboten, weil sie bei den Wächtern des Staates zu Verweichlichung und Schläffheit führen könnten. (Platon zitiert nach Ammon 2011:20)

Aristoteles wies die rigorosen Zensurvorstellungen Platons in seiner Politika zurück. Er betrachtete die Musik nicht alleine im Hinblick auf ihre Zweckmäßigkeit für Herrschaft und Staat. Für ihn hat Musik nicht nur der Erziehung von guten Staatsbürgern zu dienen, sondern auch dem Vergnügungs- und Entspannungsbedürfnis der Menschen. Im Gegensatz zu Platon billigte Aristoteles den Menschen auch das Recht auf zweckfreies Vergnügen zu, indem er meint, „die Lebensweise muss übereinstimmungsgemäß nicht bloß über das sittlich Edle verfügen, sondern auch über das Vergnügen“. (Aristoteles zitiert nach Ammon 2011: 27)

Für Friedrich Nietzsche, dem Philosophen, dem ein Leben ohne Musik einfach ein Irrtum gewesen wäre, lag der Kern der musikalischen Wirkung in der Aufhebung von Identität und Individuum. Nietzsche sieht das Leben beherrscht durch die Dualität zwischen dem apollinischen und dem dionysischen Prinzip. Während Apollo für Individualität durch Schönheit und Bildung steht, manifestiert Dionysos die Aufhebung der Individualität im Rausch. (vgl. Ammon 2011:213ff) Im Rausch der Musik entgrenzt sich der Mensch, entzieht sich der bestimmenden Macht der Rationalität und findet so zum innersten Kern der Dinge. „Wir sind wirklich in kurzen Augenblicken das Urwesen selbst und fühlen dessen unbändige Daseinsgier und Daseinslust.“ (Nietzsche zitiert nach Ammon 2011:219)

Nietzsches Prinzip des Dionysischen enthält einen großen Erklärungswert für das Verhalten von Jugendlichen in den popkulturellen Musikevents unserer Gegenwart. Im Rahmen dieser Veranstaltungen geht es für die Jugendlichen darum, sich selbst als Individuum mit seinen alltäglichen Sorgen, Nöten und Zumutungen zu vergessen, aufzugehen in einer von Emotionen bewegten Masse, sich in rauschhafte Stimmungen zu versetzen, die über das durch die technische Vernunft beherrschte Leben in einer durchgehend regulierten und normierten Gesellschaft hinausführen, um vorübergehend die Daseinsgier und Daseinslust des freien Urwesens spüren zu können.

4 Das dichotomische Konzept der klassischen Ästhetik

Der populären Musik der Jugendkulturen wird im musikästhetischen Diskurs der Gegenwart nach wie vor ein geringer Wert beigemessen. Im Gegensatz zur „wertvollen“ hochkulturellen Kunstmusik gilt die populäre Musik der Jugendkulturen noch immer als trivial, von niederem Wert, roh, ungeschliffen etc. (vgl. Fuhr 2007:33f.) Das dichotomische Konzept, in dem strikt zwischen Ernster Musik und Unterhaltungsmusik unterschieden wird, hat eine wichtige Funktion für die symbolische Demonstration von sozialer und kultureller Ungleichheit und damit für deren Stabilisierung. Pierre Bourdieu hat auf die besondere Klassifikationsfähigkeit von Musik in der Gesellschaft hingewiesen. Wie keine andere Kunstform kann Musik durch ihren ästhetischen Code die Zugehörigkeit zu bestimmten sozialen Gruppen auf der Bühne des alltäglichen

Lebens zum Ausdruck bringen. „Wenn z.B. nichts eindrucksvoller die eigene „Klasse“ in Geltung setzen hilft, nichts unfehlbarer auch die eigene „Klassenzugehörigkeit“ dokumentiert als der musikalische Geschmack, dann deshalb, weil es auch (...) keine Praxis gibt, die annähernd so klassifikationswirksam wäre wie Konzertbesuch oder das Spielen eines „vornehmen“ Musikinstruments.“ (Bourdieu zitiert nach Fuhr 2007:34)

Zudem wird Musik, die sich am Markt gut verkauft, vom traditionellen bürgerlichen Kulturbetrieb mit äußerster Skepsis beurteilt. Ganz im Sinne der alten Musiktheorie wird Musik, die für den Markt produziert wird und die noch dazu unterhaltend wirkt, nicht als wertvoll erachtet. An diesen traditionellen musikästhetischen Beurteilungskriterien, denen das Konzept einer autonomen Kunstmusik zugrunde liegt, orientiert sich noch heute die Subventionspolitik der europäischen Regierungen. So wird in erster Linie nicht die massenwirksame, unterhaltende Populärmusik, sondern die nur für eine kleine Zuhörerschaft interessante „ernste“ Musik subventioniert. „Subventioniert wird in der Regel nicht Populärmusik, die offensichtlich vielen Menschen sehr wichtig ist, was sich daran zeigt, dass die Menschen bereit sind, ihr Geld beispielsweise für Konzertkarten auszugeben, sondern ausgerechnet die Musik, die für wert- oder anspruchsvoll gehalten wird, aber offenbar nur wenigen Menschen wichtig ist, denn die Besucherzahlen von Konzerten zeitgenössischer Ernster Musik sind erstaunlich niedrig.“ (Schormann 2006:69) Zumindest für Deutschland wissen wir recht genau, dass 90 Prozent der Menschen in einer geistigen Welt leben, in der die Hochkultur und ihre Kunstmusik irrelevant ist. (vgl. Maase zitiert nach Fuhr 2007:11) Ähnlich irrelevant wie die Kunstmusik für die Mehrheit der Bevölkerung ist die populäre Musik an den deutschen Hochschulen. In den Jahren 2006/2007 betrug der Anteil expliziter Thematisierung im gesamten inhaltlichen Angebot der Musikwissenschaften lediglich 13 Prozent. (vgl. Fuhr 2007:12)

5 Populärkulturelles Kapital

Die historische Musikwissenschaft stellte bei ihrer Analyse das Werk und den Künstler als Schöpfer des Werks in den Mittelpunkt. Im Gegensatz dazu die in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts in Großbritannien aufkommenden Cultural Studies. Für die VertreterInnen der Cultural Studies liegt der Signifikat eines kulturellen Produktes außerhalb seines Textes, d.h. entscheidend für die Bedeutung eines hochkulturellen oder populärkulturellen Textes ist nicht alleine der Autor. Viel wichtiger sind der RezipientIn und der sozio-ökonomische Kontext, in dem dieser sich befindet. Auf das Phänomen der populären, jugendkulturellen Musik übertragen, bedeutet das nun, dass die jugendlichen RezipientInnen bei ihrem Umgang mit „ihrer“ Musik eine aktive Rolle einnehmen und keinesfalls passive Opfer einer übermächtigen Kulturindustrie sind, die sie nicht nur ökonomisch ausbeutet, sondern auch noch im Sinne der Aufrechterhaltung

der ideologischen Hegemonie der bürgerlich-kapitalistischen Ordnung herrichtet und manipuliert.

Schon in den 1980er Jahren hat ein Vertreter der Cultural Studies, John Fiske, anhand der Aneignung des Mode- und Musikstils der kommerziellen Pop-Ikone Madonna durch junge Frauen aufgezeigt, wie diese den Bekleidungsstil und die Attitude eines kulturindustriellen Produktes verwenden, um „eine sexuelle Identität zu finden, die im Sinne ihrer eigenen Interessen gestaltet erscheint und weniger im Interesse des dominanten Männlichen“. (Fiske 2003:106f.) Die aktiven jungen Konsumentinnen bemächtigen sich also der Artefakte der Kulturindustrie und geben diesen die Bedeutung, die in ihrem Interesse ist. „Sie (die jungen Frauen; A.d.V.) erschaffen ihre eigenen Bedeutungen aus den ihr zur Verfügung stehenden symbolischen Systemen, und indem sie deren Signifikanten verwenden und deren Signifikate zurückweisen oder lächerlich machen, demonstrieren sie ihre Fähigkeit, ihre eigenen Bedeutungen herzustellen.“ (Fiske 2003:112)

Jugendliche verwenden also Elemente aus popkulturellen Diskursen und popkulturelle Artefakte, um eine eigenständige, unverwechselbare Identität zu konstruieren und entwickeln mit Hilfe der Popularkultur auch Formen der Selbstpräsentation, mit denen es ihnen möglich wird, sich von Identitätswürfen und Lebensstilkonzeptionen anderer abzugrenzen. Vor allem die Musik und ihre Kultur (Stars, Mode, Frisuren, Lebensphilosophie etc.) werden dazu genutzt, um sich gesellschaftlich und in jugendkulturellen Kontexten zu verorten.

In Unterscheidung oder Ergänzung zum Begriff des „kulturellen Kapitals“ bei Pierre Bourdieu hat John Fiske den Begriff des „populärkulturellen Kapitals“ entwickelt. (vgl. Müller u.a. 2002:18) Kulturelles Kapital nach Bourdieu ist kulturelles Wissen, das im Zuge des Sozialisationsprozesses in der Familie und in Bildungsinstitutionen weitergegeben und angeeignet wird. Für die Zugehörigkeit zu den höheren sozialen Schichten ist der Erwerb von vor allem „legitimem kulturellem Kapital“, also hochkulturellen Wissensbeständen und Kompetenzen, ausschlaggebend. Die Verfügungsgewalt über legitimes Kapital, also die Beherrschung des legitimen kulturellen Codes ist von hoher Statusrelevanz. Ein wichtiger Teil des legitimen kulturellen Codes ist die Musik. Oper, instrumentale Kunstmusik und in neuerer Zeit auch Jazz und Chanson sind die zentralen Bestandteile der legitimen Musikkultur.

Im Gegensatz dazu werden Kompetenzen, die sich junge Menschen bezüglich der populären Kultur, in unserem thematischen Kontext der Pop- und Rockmusik, aneignen, weder gewürdigt, noch repräsentieren sie einen Statuswert, der ihren TrägerInnen Akzeptanz in der bürgerlichen Gesellschaft verleihen würde.

Nach John Fiske besteht die innere Logik des populärkulturellen Kapitals in der Abgrenzung gegenüber dem legitimen Kapital des Bürgertums. Es verleiht seinen jugendlichen TrägerInnen Selbstbewusstsein, indem es sie zur aktiven Abgrenzung gegenüber den Trägerschichten des legitimen, hochkulturellen Kapitals ermächtigt. (vgl. Müller u.a. 2002:19) Zudem hat es eine wichtige Funktion, um Zugehörigkeit oder Abgrenzung in Bezug auf die verschiedenen Jugendszene innerhalb des großen Gesamtfeldes der Jugendkultur zu demonstrieren. Populärkulturelles Kapital hat eine zentrale Funktion für die Selbstbehauptung und Akzeptanz von Jugendlichen innerhalb der szenischen Kontexte, in denen und durch die sie sich bewegen (zum Szenebegriff vergleiche Hitzler, Niederbacher 2010).

Die Aneignung von populärkulturellem Kapital erfolgt in erster Linie im Zuge des Verfahrens der Selbstsozialisation, d.h. außerhalb der Familie und anderer pädagogischer Kontexte, innerhalb von Peergroups und Szenen. Während beispielsweise Werte, Haltungen und Verhaltensweisen mit Bezug auf die Arbeitswelt noch immer im hohen Ausmaß in traditionellen pädagogischen Kontexten vermittelt werden, erfolgt die Vermittlung von jugendkulturellen Kompetenzen, z.B. was Lebensstilfragen oder Fragen des Beziehungslebens betrifft, im Verfahren der Selbstsozialisation. In der pädagogischen Literatur wird diese dichotomische Sozialisationskonstellation häufig auch als Parallelsozialisation bezeichnet. (vgl. Müller u.a. 19ff.)

6 Funktion der Musikkultur der Jugend

Die Musik und die sie umgebende Kultur haben für die Jugendlichen der Postmoderne eine wichtige Funktion für die Identitätsbildung und die Entwicklung von ästhetischen Selbstkonzepten. Vorbilder für mögliche Identitätskonzepte und Selbstdarstellungsmodi liefern die KünstlerInnen und InterpretInnen der von ihnen bevorzugten Musikgenres. Der Lifestyle und die Lebensphilosophie der InterpretInnen werden ganz oder partiell übernommen und im Zuge des praktischen Experiments im jugendkulturellen Alltag auf ihre Tauglichkeit hin überprüft. John Fiskes Studie über die „Madonna-Möchtegerns“, also Mädchen, die sich in den 1980er Jahren wie Madonna kleideten und auch ihre Position zum männlichen Geschlecht und zur Sexualität an Madonnas Selbstverständnis und Selbstpräsentation ausrichteten, zeigt uns, dass die kommerzielle Musikkultur, die die Jugend interessiert und bewegt, durchaus auch eine gesellschaftskritische Dimension aufweisen kann. So werden durch Madonna konventionelle Repräsentationen von Frauen in der bürgerlichen Gesellschaft parodiert. Die Parodie ist ein wichtiges Mittel zur Hinterfragung der herrschenden Ideologie. Indem die Fans Madonnas diesen parodistischen Umgang ihres Vorbildes mit dem herrschenden Geschlechterdiskurs wahrnehmen und in ihrer modischen

Selbststilisierung eventuell sogar praktisch nachvollziehen, werden sie selbst zum Bestandteil einer ideologiekritischen Bewegung, die die herrschende Macht zumindest auf der ästhetischen Ebene herausfordert. (vgl. Fiske 2003:110ff.)

Daneben verfügt die Musik über ein wichtiges Potential, um die Gefühle und Emotionen der Jugendlichen zu regulieren. Dies bedeutet, dass die Jugendlichen Musik unter musikästhetischen Gesichtspunkten nutzen, um mit ihr so genanntes „Mood-Management“ zu betreiben. (vgl. Müller u.a. 2002:21)

Wichtig ist, dass das in der Jugendkultur vorherrschende „Sowohl/als auch-Prinzip“ auch die Auswahl der Musik in den Jugendszenen bestimmt. Jugendliche hören die unterschiedlichsten Musikstile, die die unterschiedlichsten Stimmungen erzeugen und ganz unterschiedliche Weltanschauungen und Lebensphilosophien repräsentieren. Jugendliche surfen durch die Musikgenres. Je nach Situation, Stimmung und personalem Setting wird die passende Musik ausgewählt.

In der psychologischen Rezeptionsforschung unterscheidet man beim Musikkonsum prinzipiell zwischen dem Isoprinzip und dem Kompensationsprinzip. (vgl. Schramm 2003:448) Während das Isoprinzip die These stützt, dass Menschen dazu tendieren, stimmungskongruente Musik zu hören, unterstützt das Kompensationsprinzip die Auffassung, dass Menschen dazu tendieren, negative Stimmungslagen durch fröhliche Musik aufzuhellen, also zu kompensieren, oder dass Musik dabei helfen soll, z.B. Monotonieerfahrungen erträglicher zu machen. Aus diesem Grund hören Menschen bei der Hausarbeit in erster Linie aktivierende und fröhliche Musik, um dem Gefühl der Monotonie zumindest teilweise zu entgehen. (vgl. Schramm 2003:448) Entscheidend für die stimmungsabhängige Musikauswahl der Jugend dürfte aber sein, ob die entsprechende Stimmung, in der sie sich befindet, erwünscht ist oder nicht. Jedenfalls zeigen Untersuchungen aus dem Bereich der psychologischen Forschung, dass Jugendliche in erster Linie dann traurige Musik hören, um melancholische Stimmungen zu unterstützen, wenn sie dieser Melancholie auch etwas Positives abgewinnen können (vgl. Schramm 2003:448) Interessant erscheint auch die Überlegung, dass vor allem Jugendliche aggressive Musik hören, um Wut abzureagieren, weil sie im Vergleich zu älteren Personen „noch keine alternativen Wege der Frust- und Aggressionsbewältigung erlernt haben“. (Schramm 2003:449)

Relevant sind in diesem Zusammenhang aber auch Überlegungen von Wolfgang Welsch, der eine Reduzierung der öffentlichen Lautmenge anmahnt und fordert, dass unnötige Geräuscherzeugung künftig möglichst vermieden werden sollte. (Welsch 1996:257f.) Eine kritische Stellung nimmt Welsch zur Allgegenwärtigkeit der Musik in unserer Gesellschaft ein. Dass die Musik heute quasi überall spielt führt dazu, dass sie als entspannendes, den Alltag transzendierendes oder kompensierendes Kulturangebot

nicht mehr funktioniert. Wolfgang Welsch dazu: „Ich liebe diese Musik – aber sie ist eine Alternative zum Alltag, nicht ein Standard des Alltags.“ (Welsch 1996:257) Die notwendige Reduzierung der Musikbeschallung im Alltag der Menschen legen auch psychologische Studien nahe. So wollen 73 Prozent der Menschen beim konzentrierten Arbeiten keine Musik hören, 33 Prozent ertragen Musik im Stimmungszustand der Wut oder des Ärgers nicht. (vgl. Stamm 2003:449) Nebst dem, dass die permanente Musikbeschallung für viele Menschen ein Ärgernis ist, wird der Musik durch ihre Omnipräsenz im Alltag der Menschen das besondere, den Alltag transzendierende Moment genommen. Auch eine Flucht in eine andere, alternative Welt der musikalischen Empfindsamkeit ist nicht mehr so leicht möglich, wenn die Musik allgegenwärtig geworden ist, es vor ihr quasi kein Entkommen mehr gibt.

7 Die präsentative Symbolik der Musik

Die Kommunikation der Jugend ist in ihren Grundzügen und Schwerpunkten abseits der diskursiven Symbolik und Logik angesiedelt. In ihrem Zentrum stehen das Bild und dessen „präsentative Symbolik“. (vgl. Langer 1984:86ff.) Jugendkommunikation argumentiert nicht, versucht nicht, durch diskursive Sprachspiele zu überzeugen. Vielmehr setzt sie auf die Verführungskraft des Bildes, auf die Kraft der Verlockung von Ritualen und Inszenierungen. Somit sind die Jugendkulturen in ihrer Mehrheit nicht Kulturen, in denen es um die sprachliche Vermittlung von Denkprozessen geht, sondern Kulturen des Verstehens und Einfühlens. Weite Bereiche der Jugendkultur sind eskapistische, neoromantische Gefühlskulturen.

Typisch dafür im Feld der Musik ist die neoromantische Gothic-Szene. Die Gothic-Szene ist von Menschen geprägt, die sich kreativ-künstlerisch verwirklichen wollen. Hier wird viel gelesen, von der postmodernen Fantasy-Literatur bis zu E.T.A. Hoffmann, der eine oder die andere schreibt Gedichte, es wird romantische Musik von „Nightwish“ oder „Within Temptation“ gehört, die Vergangenheit ist vielen wichtiger als die Zukunft: Mit großer Hingabe beschäftigt man sich mit dem Mittelalter und entsprechend stilisierten historischen Rollenspielen. Neben den vergangenheitsorientierten Romantikern findet sich in der Gothic-Szene auch eine Fetisch-Strömung, deren AnhängerInnen sich in körperbetonten, sexuell konnotierten Lack- und Lederoutfits präsentieren. Sexualität wird fantasievoll inszeniert und mit Hilfe von Fetisch-Outfits auch in sexuell weitgehend neutralisierten Alltagssituationen thematisiert. Die Mitglieder der Szene haben eine hohe Kompetenz, wenn es um modische Selbstinszenierung geht. Die Szene ist geprägt von einer ästhetischen Lebensweise, im Rahmen derer es sich als tägliche Aufgabe stellt, innere Zustände in sichtbare, objektive Symbole zu verwandeln.

Die amerikanische Philosophin Susanne K. Langer hat zwischen zwei Modi des Symbolischen unterschieden: der präsentativen und der diskursiven Symbolik. Während

es im Modus der diskursiven Symbolik um die logische Vermittlung von in Sprache gefassten Denkprozessen geht, verweist der Begriff der präsentativen Symbolik auf einen Symbolismus, „der unserem rein sensorischen Sinn für die Formen entspringt“. (Langer 1984:99)

Die Musik lässt sich in den Kontext der „präsentativen Symbolik“ einordnen und spielt dementsprechend eine wichtige Rolle in der auf Intuition, nicht-begriffliche Kommunikation und ästhetische Selbstinszenierung aufbauenden postmodernen Jugendkultur. Denn die Musik wirkt sinnlich unmittelbar und wird intuitiv verstanden. (vgl. Baacke 1997:54) Sie gehorcht nicht den Regeln sprachlicher Diskursivität. Vielmehr wirkt sie auf den Menschen, indem sie dessen Körper direkt erfasst, Emotionen und Affekte auslöst und am Ende sogar dazu in der Lage ist, die Auflösung der menschlichen Individualität im Rausch vorübergehend zu bewirken. Ganz im Sinne Friedrich Nietzsches, der davon spricht, dass unter dem Einfluss der Musik der Mensch für kurze Augenblicke zum Urwesen selbst wird und dessen unbändige Daseinsgier und Daseinslust verspürt. (vgl. Nietzsche zitiert nach Ammon 2011:219)

8 Die beliebtesten Musikgenres

Seit den 1980er Jahren zeigen sich in der populären Kultur deutliche Tendenzen der Ausdifferenzierung. Die neue Unübersichtlichkeit, die Jürgen Habermas für Politik und Gesellschaft postulierte, hat längst auch die Jugendkultur erfasst. Unterhalb des musikindustriellen Mainstreams, der über Spartenkanäle wie MTV, VIVA und populäre Radiostationen vermittelt wird, tut sich ein breites Feld an Musikstilen, MusikproduzentInnen, Labels, Künstleragenturen, Webcommunitys, Spartenradios etc. auf. Alle jene Jugendlichen, denen die gecasteten Superstars von Dieter Bohlen & Co. nicht genügen – vor allem aber die aus den bildungsnahen Schichten – steigen in den häufig über das WWW kommunizierenden musikalischen „Underground“ ein, in dem ein oft wirres Nebeneinander von Stilen und Interpreten einen undurchschaubaren Markt geschaffen hat, „auf dem sich neben den wenigen Chart-Künstlern auch Tausende Independent-Labels tummeln, deren Angebot von versierter Electronica über Post-Punk bis zum Songwriter-Folk reicht.“ (Büsser 2007:31) In diesem Zusammenhang stellt sich die Frage, ob die Krise der Musikindustrie vielleicht nicht doch eher auf das Abwandern der anspruchsvolleren HörerInnenschaft in diese Nischen zurückzuführen ist, als auf das illegale Kopieren von Musik im WWW.

Zudem ist die postmoderne Popkultur heute stark lokal geprägt. Sie ist dezentral geworden und gleichzeitig international vernetzt, und zwar nicht aufgrund von Musikfernsehen und anderen Medien aus der Sphäre der „mediatisierten Quasi-Interaktion“ (vgl. Fuhse/Stegbauer 2011), sondern aufgrund des Internets und des Web 2.0. Und so treffen wir im Netz „auf Hip-Hop-Gruppen aus St. Gallen, die in

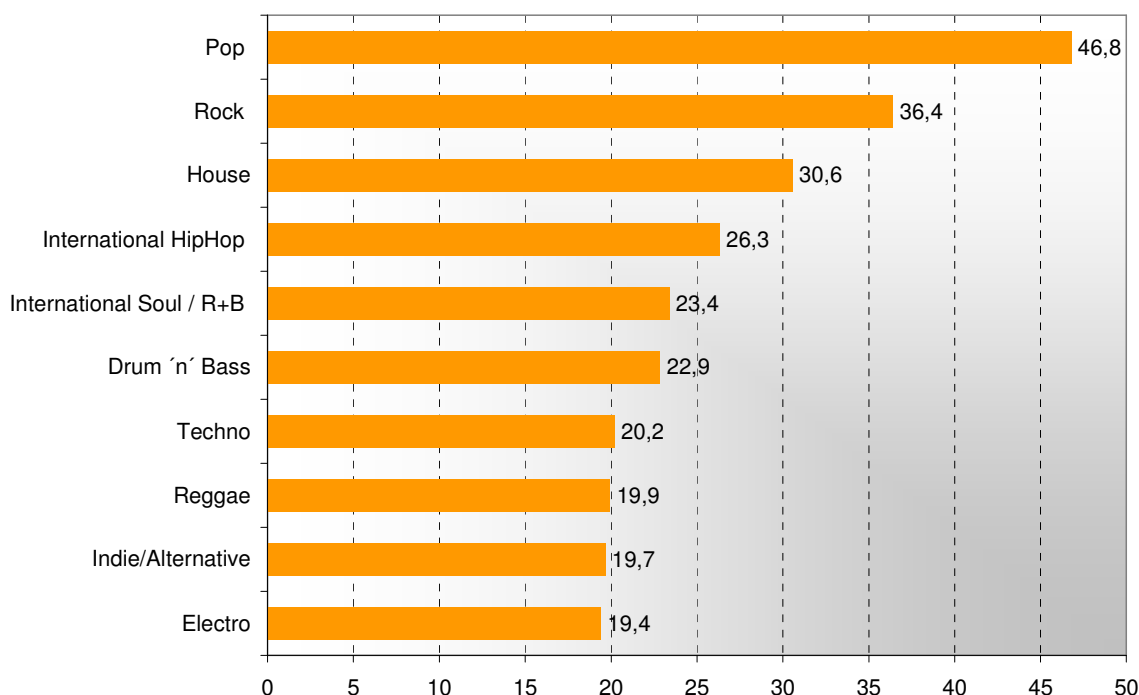
Schweizerdeutsch rappen und sich zugleich von ausländischen Künstlern remixen lassen, wir treffen auf Plattenlabels, die gar keine Tonträger mehr veröffentlichen, sondern ihr komplettes Programm als Download zur Verfügung stellen, wir finden Heavy Metal aus Tel Aviv und neuerdings Punk aus China.“ (Büsser 2007:32)

Vor einer dermaßen unübersichtlichen und über weite Strecken kleinteiligen Genrelandschaft muss die quantitative Marktforschung weitgehend kapitulieren. Erfassbar erscheint lediglich der unter großem medialen Druck vermittelte Mainstream, das große Feld des quantitativ wahrscheinlich schon dominanteren „Undergrounds“ muss weitgehend im Dunklen bleiben.

Betrachten wir trotz dieser Vorbehalte das Musikgenre-Interesse der österreichischen Jugend, so zeigt sich, dass die beiden weitgehend indifferenten Begriffe „Pop“ und „Rock“ die größte Zustimmung erzielen. Eine mögliche Interpretation dieses Ergebnisses besteht darin, dass sich hinter diesen Begriffen in erster Linie die indifferenten MainstreamhörerInnen sammeln.

Grafik I: Musikpräferenz der österreichischen Jugend

Frage: Welche der folgenden Musikstile hörst du am liebsten?



tfactory 2011: Timescout Welle 15, rep. für 11- 39-jährige Trendsetter und Early Adopter, n=1008; Sonderauswertung 11 bis 19 Jahre, Base=376, Ang. in %

Ein Drittel der trendrelevanten 11- bis 19-jährigen ÖsterreicherInnen zählt House zu seinen Lieblingsgenres. House ist damit die quantitativ größte musikkulturelle

Mainstreamerscheinung. Unter dem Begriff „House“ firmiert im weitesten Sinne alles das, was in der Mainstream-Clubkultur abgespielt wird. Interpreten wie David Guetta kommen dabei ins Blickfeld. Bedeutsam noch immer, aber bei weitem nicht mehr so wie vor fünf Jahren das Black-Music-Segment mit internationalem Hip-Hop und Soul. In diesem Segment sammeln sich vor allem weibliche Jugendliche und Jugendliche aus bildungsfernen, urbanen Milieus. Ein Übergewicht unter den Bildungsschichten und den weiblichen MusikhörerInnen findet sich im Segment der Indie- und Alternativ-HörerInnen. Circa ein Fünftel der unter 20-jährigen trendrelevanten ÖsterreicherInnen verortet sich in diesem musikkulturellen Feld. Unter ihnen findet sich ein überproportional großer Anteil an FM4-HörerInnen und Spex-LeserInnen. Interessant erscheint auch das Ergebnis, dass ca. 15 Prozent der Befragten auch Jazz und Klassik hören. Es ist naheliegend, dass dieses Segment sich vor allem aus Angehörigen aus dem Milieu der urbanen, bildungsnahen Mittelschichten zusammensetzt. Es ist aber auch ein deutliches Zeichen dafür, dass die dichotomische Trennung zwischen U- und E-Musik in Auflösung begriffen ist, dass zumindest die Grenzen zwischen diesen Genres poröser zu werden scheinen. Anstelle eines auf soziale Distinktion gerichteten „Entweder/oder“ scheint ein durch größeren Musikverstand geprägtes „Sowohl/als auch“ zu treten.

9 Musik und Politik

In den 1960er Jahren war die Popkultur noch revolutionär. Selbst die eher angepassten Beatles sangen über die Revolution. Die Popkultur und ihre Musik dienten den aufbegehrenden Jugendlichen als Lebensmodell zur Abgrenzung gegenüber einer als überkommen und verbraucht empfundenen Gesellschaft. (Büsser 2007:26) Und die Popmusik war ein Symbol des linken Protestes, wichtiger für die antiautoritäre Bewegung als alle linken Theorien und Theoriezirkel. Klaus Theweleit, Kulturwissenschaftler und aktiver Zeitzeuge der 68er-Revolution: „Popmusik war natürlich zuerst da. Die blauen Bände (Marx-Engels-Werkausgabe; A.d.V.) sind überhaupt nicht das Zentrum dessen, was sich Ende der 60er Jahre links nennt oder links wird. Das ist die Zutat.“ (Theweleit zitiert nach Büsser 2007:25)

Die Jugendlichen lehnten sich gegen traditionelle Autoritäten auf. Im Zentrum der Kritik standen die totalen Institutionen, die „Einschließungsmilieus“, die die Menschen allumfassend zu integrieren versuchten, die Relikte einer nicht mehr zeitgemäßen Disziplinargesellschaft. (vgl. Deleuze 2011: 5ff.) Vor allem Militär, Polizei, Erziehungsheime, psychiatrische Kliniken, Schulen, Universitäten und die bürgerliche Familie wurden grundsätzlich in Frage gestellt. Im Gegensatz zur restriktiven Triebökonomie der bürgerlichen Gesellschaft wurde ein gleichsam dionysisches

Konzept des rauschhaften Auslebens von Triebbedürfnissen propagiert. Das zentrale Ziel der kulturrevolutionären Befreiungsideologie der 1968er war die Sexualität.

Der Bruch mit den Diskursen und dem Lebensstil der Eltern- und Großelterngeneration erfolgte vor allem auf der Ebene der „präsentativen Symbolik“. (vgl. Langer 1984:86ff.) Diskutiert wurde in erster Linie untereinander, auf Vietnamkonferenzen und Teach-Ins. Die Auseinandersetzung mit der Mütter- und Vätergeneration wurde vor allem präsentativ-symbolisch geführt, mit konfrontativen, kreativen Aktionen, herausfordernden Outfits, langen Haaren, einem sexuell freizügigen Leben in Kommunen und nicht zuletzt mit provokanter Beat- und Rockmusik von Jimmy Hendrix, den Beatles, den Rolling Stones, den Doors etc.

In der Nachfolge der 68er-Bewegung stehen Musikstile wie Punk und zum Teil auch Hip-Hop. Auch sie repräsentieren eine Haltung des Widerstandes gegenüber der herrschenden Macht und hegemonialen bürgerlich-kapitalistischen Diskursen. Popmusik als Trägerin einer Kultur des Widerstandes ist mit Techno erledigt. Mit Slogans wie „Friede, Freude, Eierkuchen“ zieht eine fröhlich feiernde Spaßgemeinschaft im Zuge der Loveparade jährlich durch Berlin und will nichts anderes, als den kurzen Alltagsflip am Wochenende, um dann am Montag wieder angepasst in den Lern- und Arbeitsalltag zurückzukehren. Die Popkultur ist zur Kompensations- und Fluchtkultur geworden. Ab nun ist alles ins kulturindustrielle System integriert. Selbst gesellschaftskritische popkulturelle Beiträge werden von der Musikindustrie aufgegriffen und vermarktet. Es gibt keinen Grund mehr, dass sich das Establishment vor ihnen fürchtet. Alles ist nur mehr ein Spiel mit Stilen, Symbolen, Äußerlichkeiten. Jugendkultur ereignet sich nur mehr als ästhetisches Schauspiel, längst ist sie keine materielle politische Kraft mehr. Popmusik wird in die Wahlkämpfe von Clinton und Schröder, ja sogar von Helmut Kohl integriert („Bruttosozialprodukt“ von der Gruppe Geier Sturzflug wird in den 1980er Jahren zum Wahlkampfsong der CDU). „Pop ist nicht mehr Provokation sondern wird zum Ausdruck westlicher Grundwerte wie Freiheit und Selbstbestimmung.“ (Büsser 2007:30) Mit einem Mal sind die Politiker die größten Popstars und nicht mehr die InterpretInnen von Rock- Pop-, House- und Hip-Hop-Musik.

Gänzlich absorbiert wird der letzte Rest an kritischer Energie der Popkultur im Zuge des Aufkommens der „performativen Ökonomie“ in den 1990er Jahren. Jetzt geht es nicht mehr darum, durch Leistung zu glänzen, sondern die gesellschaftlichen Statusmerkmale haben sich von der Leistungserbringung zum Leistungsverkauf verschoben. (vgl. Neckel 2008:45ff.) Prämiert wird nun vor allem der performative Markterfolg, nicht die sachbezogene Arbeitsleistung. Das Prinzip der „performativen Ökonomie“ liegt den postmodernen Casting-Shows zugrunde, die heute die wichtigsten medialen Träger der Mainstream-Popkultur geworden sind. In ihnen zählt nicht mehr künstlerische Kreativität, der individuelle, eigenständige Künstler und sein Werk, sondern die Fähigkeit zur

Imitation und Affirmation. Wer der Jury brav gehorcht und erfolgreiche Hitproduktionen am besten zu imitieren versteht, der gewinnt und wird am Ende der Superstar der nächsten drei Monate.

Ganz offensichtlich sind Musikindustrie und Musikkultur auseinandergebrochen. Während die Musikindustrie nur mehr den Mainstream verwaltet, findet Innovation und kreativer Fortschritt in Nischen statt, die sich vor allem im Internet einer spezialisierten Fangemeinde präsentieren. (vgl. Büsser 2007:31ff.)

10 Musikszene als Lernorte

Wie wir gesehen haben, haben sich Musikindustrie und Musikkultur voneinander getrennt. Während die Musikindustrie in erster Linie den oberflächlichen Mainstream bedient, ereignen sich Musikkulturen in der vielfältigen und bunten Nischenwelt kleiner Labels, Agenturen etc., die vor allem im Internet repräsentiert ist. Doch sowohl die Mainstreamkultur der Musikindustrie als auch die Nischenkultur der alternativen und Indie-Szene liefern Ressourcen für junge Menschen, auf die sie zurückgreifen können, um Identitäten auszubilden und Selbstbilder zu konstruieren, um sich jugendkulturellen Formationen zuzuordnen oder sich von diesen abzugrenzen und um durch die Neukombination und Umdeutung von Signifikanten Widerstand gegen herrschende Diskurse, Rollenfestlegungen und ästhetische Konzepte zu leisten.

Aber Musikkulturen stellen nicht nur Ressourcen bereit, die der Identitäts- und Persönlichkeitsbildung dienlich sind. Musikszene sind auch Lernorte, an denen Wissen vermittelt wird, das für die spätere Berufsrolle und Berufspraxis von Jugendlichen durchaus nützlich sein kann. Ronald Hitzler und Michaela Pfadenhauer weisen darauf hin, dass junge Menschen in der Postmoderne immer weniger damit rechnen können, dass ältere, erwachsene Leute brauchbare Lösungen für ihre Probleme bereithalten. Auch die Bildungsprogramme herkömmlicher Agenturen der Sozialisation wie schulische Ausbildungsgänge, Jugendverbände, politische und kirchliche Organisationen und die Familie können den existenziellen Fragen der Jugend immer weniger gerecht werden. „In diesen Programmen finden Jugendliche typischerweise weder mehr ihnen brauchbar erscheinende Vorgaben zur sinnhaften Abstimmung und Bewältigung ihrer lebenspraktischen Probleme, noch finden sie dort zuverlässige Anleitungen zur Passage gegenwärtiger und künftiger Lebensphasen.“ (Hitzler, Pfadenhauer 2007:54)

Insbesondere in Jugendszenen suchen Jugendlichen nun das, was sie in dem oben beschriebenen Ensemble der traditionellen Sozialisationsagenturen nicht mehr finden: „Verbündete ihrer Interessen, Kumpanen für ihre Neigungen, Partner ihrer Projekte, Komplementäre ihrer Leidenschaften (...).“ (Hitzler, Pfadenhauer 2007:54) Damit sind

Jugendszenen, vor allem die Musikszene, nicht nur als Orte für Action, Unterhaltung und Freizeitvergnügen definiert, sondern auch als Orte, an denen sich maßgebliche Kompetenzbildungsprozesse, sowohl was alltagspraktisch relevante, als auch berufspraktisch verwertbare Kompetenzen und Fähigkeiten betrifft, ereignen können.

Viele UnternehmensgründerInnen im Bereich der musikkulturellen Nischenkultur oder aber auch MitarbeiterInnen der großen Musiklabels in Deutschland und Österreich haben einen großen Teil ihrer berufsrelevanten Kompetenzen ihrem Engagement im informellen Raum der Musikszene zu verdanken. Trotzdem werden aufgrund eines von staatlichen Institutionen vertretenen „engen Qualifikationsbegriffes“, der nur die Qualifikationsnachweise aus formellen Bildungs- und Ausbildungsmaßnahmen akzeptiert, informelle Bildungsprozesse nach wie vor ausgeblendet. Möglicherweise liegt das daran, dass der populären Musikkultur als „nicht-legitime“ Kultur nicht jener Wert beigemessen wird, den die hochkulturellen Institutionen und Produktionen nach wie vor wie selbstverständlich genießen.

Literatur

- Anders, Günther: Die Antiquiertheit des Menschen. Wien 1980
- Ammon, Frieder von: Texte zur Musikästhetik. Stuttgart 2011
- Aristoteles: Politika. Reinbeck bei Hamburg 1994
- Baacke, Dieter: Neue Strömungen der Weltwahrnehmung und kulturellen Ordnung. In: Baacke, Dieter: Handbuch Jugend und Musik. Opladen 1997, S. 29-57
- Büsser, Martin: Zum Verhältnis von Pop und Politik. In: Krettenauer, Thomas; Ahlers, Michael (Hrsg.): Pop Insights. Bestandsaufnahme aktueller Pop- und Medienkultur. Bielefeld 2007, S. 25-33
- De Beauvoir, Simone: Das Alter. Hamburg 2007
- Deleuze, Gill: Postskriptum über die Kontrollgesellschaft. In: Menke, Christoph; Rebentisch, Juliane (Hrsg.): Kreation und Depression. Freiheit im gegenwärtigen Kapitalismus, Berlin 2011, S. 5-12
- Fiske, John: Lesarten des Populären. Wien 2003
- Fuhr, Michael: Populäre Musik und Ästhetik. Die historisch-philosophische Rekonstruktion einer Geringschätzung. Bielefeld 2007
- Fuhse, Jan; Stegbauer, Christian (Hrsg.): Kultur und mediale Kommunikation in sozialen Netzwerken. Wiesbaden 2011
- Hitzler, Ronald; Niederbacher, Arne: Leben in Szenen. Wiesbaden 2010
- Hitzler, Ronald, Pfadenhauer, Michaela: Lernen in Szenen. Über die „andere“ Jugendbildung. In: Journal der Jugendkulturen, Nr.12, Berlin 2007, S. 53-58
- Langer, Susanne K.: Philosophie auf neuem Wege. Das Symbol im Denken, im Ritual und in der Kunst. Frankfurt am Main 1984
- Müller, Renate; Glogner, Patrick; Rhein, Stefanie, Heim, Jens: Zum sozialen Gebrauch von Musik und Medien durch Jugendliche. Überlegungen im Lichte kultursoziologischer Theorien. In: Müller, Renate; Glogner, Patrick; Rhein, Stefanie; Heim, Jens (Hrsg.): Wozu Jugendliche Musik und Medien gebrauchen. Jugendliche Identität und musikalische und mediale Geschmacksbildung. Weinheim und München 2002. S. 9 -26
- Neckel, Sighard: Flucht nach vorn. Die Erfolgskultur der Marktgesellschaft. Frankfurt am Main 2008
- Schürmann, Carola: Zum Bedürfnis nach musikalischer Unterhaltung. In: Faulstich, Werner; Knop, Karin (Hrsg.): Unterhaltungskultur. München 2006, S. 65-76

Stamm, Holger: Musiknutzung und Radiorezeption. In: Mangold, Roland; Vorderer, Peter; Bente, Gary (Hrsg.): Lehrbuch der Medienpsychologie. Göttingen-Bern- Toronto-Seattle 2004, S. 443 – 464

tfactory: Timescout Welle 15 – Umfrage unter Trendsettern und Early Adopters zu den Themen „Freizeit“, „Medien“ und „Werte“ (Tabellenband), Wien 2011

Welsch, Wolfgang: Grenzgänge der Ästhetik. Stuttgart 1996

Autoren-Info

Mag. Bernhard Heinzlmaier ist Mitbegründer und ehrenamtlicher Vorsitzender des Instituts für Jugendkulturforschung in Wien. Hauptberuflich leitet er das Marktforschungsunternehmen tfactory in Hamburg.

Lehraufträge: am Institut für Bildungswissenschaft der Universität Innsbruck, an der Werbe Akademie in Wien, am "Internationalen Journalismus Zentrum" des Departments für Wissens- und Kommunikationsmanagement der Donau Universität Krems, am Department für politische Kommunikation der Donau Universität Krems sowie an der Popakademie in Mannheim.

Kontakt

Mag. Bernhard Heinzlmaier
Institut für Jugendkulturforschung
Alserbachstraße 18/7. OG – 1090 Wien
Tel.: 01/ 532 67 95
Mail: bheinzlmaier@jugendkultur.at

Institut für Jugendkulturforschung

Alserbachstraße 18/7.0G – 1090 Wien

Seit 2001 bietet das Institut für Jugendkulturforschung praxisrelevante Jugendforschung für Non-Profits und Social-Profits. Das Leitungsteam des Instituts ist seit eineinhalb Jahrzehnten erfolgreich in der angewandten Jugendforschung tätig.

Das Institut für Jugendkulturforschung verfolgt einen lebensweltlichen Forschungsansatz und bedient sich neben quantitativer Verfahren auch erprobter qualitativer Methoden, die die Alltagskulturen Jugendlicher und junger Erwachsener erschließen. Die Kombination von interpretativen und statistischen Verfahren ermöglicht angewandte Jugendforschung auf hohem Niveau.

Wir sind spezialisiert auf:

- repräsentative Jugendumfragen → face-to-face, telefonisch sowie online
- qualitative Jugendstudien → fokussierte und problemzentrierte Interviews, Gruppendiskussionen, teilnehmende Beobachtungen, Online-Forendiskussionen
- Praxisforschung → summative und formative Evaluationen, Kreativ-Workshops, Werbemittel- und Homepage-Abtestungen, Mystery Checks
- Sekundär(daten)-Analysen und Expertisen zu allen Kernthemen der Jugendarbeit und Jugendforschung
- triangulative Studien-Designs → Kombination verschiedener Erhebungs- und Auswertungsverfahren, um umfassende Antworten auf die zu untersuchenden Fragestellungen zu erhalten
- Entwicklung empirisch begründeter Typologien als Tool der Zielgruppensegmentierung und strategischen Maßnahmenplanung

Das Institut für Jugendkulturforschung deckt ein breites Themenspektrum ab: von Themen der klassischen Jugendforschung wie Jugend und Werte, Freizeit, Politik, Arbeitswelt und Beruf, Mediennutzung etc., über Themen der Jugendarbeitsforschung bis hin zur Jugendkultur- und Trendforschung.

Tel: +43 (1) 532 67 95

Fax: +43 (1) 532 67 95 - 20

<http://www.jugendkultur.at>

E-mail: jugendforschung@jugendkultur.at