

# Suhrkamp Verlag

## Leseprobe



Neumann-Braun, Klaus / Mai, Manfred / Schmidt, Axel

### **Popvisionen**

Links in die Zukunft

Herausgegeben von Klaus Neumann-Braun, Axel Schmidt und Manfred Mai

© Suhrkamp Verlag  
edition suhrkamp 2257  
978-3-518-12257-0

edition suhrkamp 2257

So ungleich wie heute waren die Popjünger noch nie. Das Diktum der Neunzigerjahre, dass jeder eine Minderheit sei, ist im Pop auf ganz eigentümliche Weise wahr geworden: Jeder gehört einem anderen Stamm an, befolgt andere Spielregeln, hört andere Musik. Nur eines scheinen alle nach wie vor gemeinsam zu haben: Sie hängen an den alten Popmythen: Ablehnung des Spießertums, Lust auf Freiheit und ein unbändiger Erlebnishunger – im Netz und außerhalb des Netzes.

Was aber stiftet in Zeiten der Globalisierung und Individualisierung Einheit im Pop-Dschungel? Lassen sich globalisierte und internationalisierte Szenen (Techno, HipHop) noch als lebensweltlich fundierte Gemeinschaften begreifen? Sind Szenen durch enorme Binnendifferenzierungen nur noch nominelle Quasi-Gemeinschaften? Wie werden kulturelle Differenzen vermittelt, wie fein sind die Unterschiede geworden? Welche theoretischen Konsequenzen hat die Entdeckung des einenden Prinzips der Distinktion?

Popvisionen  
Links in die Zukunft

*Herausgegeben von  
Klaus Neumann-Braun, Axel Schmidt  
und Manfred Mai*

Suhrkamp

2. Auflage 2015

Erste Auflage 2003

edition suhrkamp 2257

© Suhrkamp Verlag Frankfurt am Main 2003

Suhrkamp Taschenbuch Verlag

Alle Rechte vorbehalten, insbesondere das der Übersetzung,  
des öffentlichen Vortrags sowie der Übertragung  
durch Rundfunk und Fernsehen, auch einzelner Teile.

Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form  
(durch Fotografie, Mikrofilm oder andere Verfahren)

ohne schriftliche Genehmigung des Verlages  
reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme  
verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

Satz: Jung Crossmedia, Lahnau

Printed in Germany

Umschlag gestaltet nach einem Konzept

von Willy Fleckhaus: Rolf Staudt

ISBN 978-3-518-12257-0

---

## Inhalt

Klaus Neumann-Braun/Axel Schmidt/Manfred Mai <i>We can't rewind!</i> Einführung .....	7
--	---

### *I. www.pop.com*

Thomas Groß <i>Desirè to be Wired!</i> Napster und die Folgen .....	23
Volker Kalisch Plug in and play. Zur Ambiguität medial bedingter Freiheit .....	38
Diedrich Diederichsen Es streamt so sexy. Die Dialektik von Clicks & Cuts ...	58

### *II. Global Music*

Gabriele Klein/Malte Friedrich Globalisierung und die Performanz des Pop .....	77
Olaf Karnik Polit-Pop und Sound-Politik in der Popgesellschaft ...	103
Felix Klopotek Über sich selbst hinaus – Popmusik im Spannungsfeld zwischen Kunst und Kommerz .....	121
Udo Feist Hengstberuhigung. Die Rückkehr des wohltemperierten Songs .....	134
Manfred Mai Kultur-Kitt – zur Antiquiertheit der Medienkritik und zur Realität der Freizeitgesellschaft .....	154

### *III. Globalkolorit*

Winfried Gebhardt Bayreuth – vom Konvent zum Event . . . . .	185
Roland Graffé/Gregor Schubert Underground Matters. Einblicke in die gegenwärtige Independent-Szene . . . .	199
Ronald Hitzler/Michaela Pfadenhauer Next Step. Technoide Vergemeinschaftung und ihre Musik(en) . . .	212
Lothar Mikos Bad Music oder die Lust am Trash – Differenzästhetik in der popkulturellen Praxis . . . . .	226
Axel Schmidt/Klaus Neumann-Braun Keine Musik ohne Szene? Ethnografie der Musikrezeption Jugendlicher . . . . .	246
<i>Die Autorinnen und Autoren . . . . .</i>	<i>273</i>

---

Klaus Neumann-Braun,  
Axel Schmidt und Manfred Mai  
*We can't rewind!*  
Einführung

I. *www.pop.com*

Zum Start der 1980er-Jahre sangen die Buggles »We can't rewind, we've gone too far / Put the blame on VTR / Video Killed the Radio Star«. Sie kommentierten damit den einsetzenden Siegeszug des Musikfernsehens (»A New Era«), der durch den damaligen erfolgreichen Start von MTV eingeläutet wurde (Neumann-Braun 1999). MTV war weder ein Zufallsprodukt noch ein Geniestreich einzelner Macher, vielmehr war im Music-Business die Zeit reif für etwas Neues. Und dieses Neue war die Eroberung des kommerziellen Fernsehens durch die Popmusik. Möglich wurde dies durch eine Reihe unterschiedlicher Entwicklungen (A. Schmidt 1999): Ende der 1970er-Jahre setzte eine Revolutionierung der Produktions- und Reproduktionstechnologien ein. Drumcomputer, Synthesizer und Sequencer machten es fortan möglich, im Studio ohne die Präsenz von Live-Musikern Sounds zu produzieren. Die Musik aus der Technikretorte war geboren und beispielsweise auch bei Live-Acts einsatzfähig, die im Laufe der 1980er-Jahre mehr und mehr zu visuell-ästhetischen Spektakeln und Gesamtkunstwerken wurden. Der Popmusiker wandelte sich zum Performer. Der Weg zu Videoclip und Musiktelevision war geebnet, aber es bedurfte noch adäquater globaler Distributionswege. Hierzu gingen die entscheidenden Impulse von der (amerikanischen) Fernsehindustrie aus: Mit der explosionsartigen Vermehrung von Kabel- und Satel-

litenfernsehsendern (Spartenkanäle) wuchs das Interesse an ökonomisch attraktiven Publika. Der lukrative TV-Jugendmarkt war und ist hier von besonderem Interesse, ist dieses Kundenklientel doch gleichermaßen Musik *und* Werbung gegenüber aufgeschlossen. Das nutzten die Anbieter weidlich aus und wirkten auf eine Entgrenzung von Werbung und Programm hin, wodurch deren Unterscheidung in den gegenwärtigen Angeboten der Musikfernsehkanäle fast vollends aufgehoben ist. Nun bewerben sich die Produkte im Medienverbund gegenseitig, und es ist im Einzelnen längst nicht mehr auszumachen, wer für wen das Werbeumfeld abgibt – eine finanziell überaus lukrative Konstellation. Dieses einmalige Zusammenwirken von Medientechnologie und Werbeökonomie verhalf der MusikTeleVision zu einem fulminanten Siegeszug.

Für die Musikindustrie taten sich neue effektivere Formen der Produktwerbung auf: Konzerttourneen und das Radio als vormals einzige Formen der Poppromotion hatten sich als zu kostenintensiv, schwerfällig, konservativ und in der Reichweite als zu begrenzt erwiesen. Videoclip und Musiktelevision revolutionierten die musikbezogene Werbekommunikation. Die Inszenierung des Künstlers im Clip wurde Auftritt und Werbung zugleich, wurde »Performance-as-Promotion«. Damit war eine Waren- und Werbeform geschaffen, die das Produkt Popmusik nicht nur synästhetisch erweiterte, sondern in weitaus höherem Maße manipulierbar, reproduzierbar und distribuierbar gemacht hat. Der Clip garantierte somit eine kostengünstige, globale und reichweitenintensive, vernetzte und integrierte sowie kontrollierbare Form der Promotion von Popmusik. Neue Formen der Vermarktung entstanden (Packaging, Recycling). Das Musikfernsehen wurde zum popkulturellen Environment für den Einsatz spezifischer Promotional Tools für alle Arten popkultureller Waren: Mc-Music war eröffnet (etwas später mit VIVA auch in Deutschland, vgl. Hachmeister/Lingemann 1999).

Ende der 1990er-Jahre entzündeten sich die Kontroversen nicht länger an dem Sender MTV und dessen viel gescholtener bilderflutartiger Clipästhetik. Ein elektronisches Wesen mit rundem Kopf und spitzen Ohren sorgte vielmehr für Aufsehen: Napster war seitdem in aller Munde. Mit diesem Namen verband sich der nächste Technisierungs- und Vermarktungsschub der Popmusik: die Erschließung des Internets als grenzenloses Distributionsmedium. Auch hier schlugen die Wellen sehr hoch, auch hier wurde ein regelrechter Kulturkampf inszeniert. Dabei standen die klassischen Popmythen im Rampenlicht der Öffentlichkeit: David gegen Goliath, Widerstand der Cyberpiraten gegen die geldgierigen Majors; User (»Nehmt euch, was euch gehört!«) und Händler (»Napster ist Hitler!«) befanden sich in einem »ökonomischen Krieg« gegeneinander. Der Fall scheint klar, doch *Thomas Groß* zeigt in seinem Beitrag auf, dass die Angelegenheit so einfach nicht ist: Die Frontlinien verlaufen quer durch alle Reihen (Popstars stellen ihre Musik kostenlos zum Downloaden ins Netz, andere hingegen verklagen gleich Hunderttausende von Peer-to-Peer-tauschende-Fans), und neue und alte Mythen werden synthetisiert zu *dem* neuen kulturellen Archetypen, dem Cybernauten, der für einen neuen Lebensstil zu stehen scheint: Surfen und Tauschen als Lifestyle mit durchaus künstlerischem Anspruch – Desire to be Wired!

Dies ist jedoch nur die eine Seite der Medaille. Auf der anderen steht das Business – oder wie *Groß* schreibt: »Ohne Ausweitung der Möglichkeiten keine weitere Expansion der Grenze, ohne permanente Bastelei am Internet kein Fortschritt.« Kein Wunder also, dass Napster inzwischen mit Bertelsmann am Internetmusik- und -mehr-Abo gebastelt hat.

Dass dieses neue Prosumer-Szenario heute bereits in Ansätzen verwirklicht ist, zeigt ein Blick auf die veränderten Konsumgewohnheiten: Schon heute kann jeder halbwegs technikkompetente Fan mit Personal Computer und Onlinezugang Musik produzieren und einem breiten Auditorium

anbieten und zugänglich machen. Und es wird nur noch eine Frage der Zeit sein, bis das Medium Internet die überwiegende Schnittstelle und damit Mittler zwischen Musikproduzenten und Konsumenten sein wird (Electronic Music Delivery/EMD). Die bisherigen Umfragen belegen das enorme Interesse bei den Usern: Wer downloaded, versteht sich in erster Linie nicht als Pirat, sondern ist zumeist ganz einfach nur an Musik interessiert, und bei vielen dieser Musikliebhaber bleibt das Kaufverhalten von CDs und popkulturellen Waren unverändert hoch. Nicht Napster heißt also der Täter, sondern der Brenner ist der technische »Kriegstreiber«, der der Musikindustrie Sorgen bereitet. Es steht noch ein langer Weg bevor, bis sich einschlägige populäre Technikeuphorien bewahrheiten.

Doch schon heute stellt sich die Frage nach den Schattenseiten der Computerisierung und Vernetzung. *Volker Kalisch* reflektiert die Ambiguität der Freiheit, die uns die neue digitale Technik bietet. Doch welche Freiheit? Mit einer vergleichsweise überschaubaren technischen Ausrüstung kann inzwischen jeder Interessierte Sounds generieren und ins Netz stellen. Dazu sind längst keine größere musikalische Ausbildung und keine größeren ökonomischen Ressourcen mehr notwendig; *selbst* ist der Hobbywerker, es kann sofort losgehen. Kalisch sieht darin ein dramatisches Maß an Unfreiheit, wenn er resümiert: Musik wird zur digitalen »Information« gleichgeschaltet, die Musik-PC-Programme enthistorisieren das musikalisch Generierte, und unvermeidlich setzt eine Entsinnlichung des musikalischen Herstellens selbst ein. »Knopfdruck bzw. Mausklick ersetzen jederzeit revozierbar die persönliche Auseinandersetzung mit immer schon präexistierenden, durch »Komposition« bereits entschiedenen Musiken sowie deren musikalische Erfahrung.« Auch die viel gepriesene Bedienungsfreundlichkeit des Computers erweist sich nur auf den ersten Blick als die musikalische Kreativität fördernd, orientieren sich die Nutzer doch bei der Sound-

montage v. a. an visuellen – und damit ganz anderen als der Hörlogik folgenden – Entscheidungshilfen (das Auge dominiert das Ohr!); sie sind ihrerseits Teil der Software und binden sie musikedeterminierend und geschmacksaffirmativ an den kulturindustriellen Massenmarkt («programmkompatible Fantasiepotenziale»). Die Chipmusik, die in diesen Do-it-yourself-PC-Bauhäusern entsteht, wird von den Technik- und Marktanbietern kontrolliert und kontrolliert dann den Nutzer – der Musik-PC befreit und versklavt zugleich: Maschinen können nur dann Menschen ersetzen, wenn diese – so Kalisch – bereits wie Maschinen funktionieren.

Die Gefühle, die der Musikcomputer und das digitale Musiktuschen und Streamen hervorruft, sind stark und von besonderer Art: Kalisch hebt die Stärke der emotionalen Bindung an den PC hervor. Nicht selten mischen sich z. B. in Auskünften über Computeranwendungen Machtgefühle, die aus der vermeintlich vollständigen Kenntnis des Systems erwachsen, bzw. Gefühle zufriedener Kontrolle, wenn jemand in der sicheren digitalen Umgebung seiner eigenen Schöpfungen arbeitet. *Diedrich Diederichsen* knüpft in seinem Beitrag hier an und fragt am Beispiel des Electric Pop nach Semantisierungsdynamiken, die sich in entsprechenden Szenen mit der PC-Technologie verbinden. In den 1950er- und 1960er-Jahren ging es der »elektronischen Musik« in der Dialektik von Reichtum und Kontrolle, Verfügung und Zufall, Mensch und Maschine um das Absolute künstlerischer Komplexität sowie den Reichtum musikalischer Möglichkeiten: Im Mittelpunkt stand das »Experiment Musik«. In der gegenwärtigen Post-Techno-Ära und deren »elektronischer Musik« sind andere Interessen im Spiel: Musiken und ihre Zeichen fungieren nun wie Totems für bestimmte Gemeinschaften, musikalische Zeichen werden intertextuell und bedeutungsrelevant in sprachlichen (Texte) wie modebezogenen (Outfit des Künstlers) und totemistischen (ein Sound steht für eine Community) oder kulturindustriellen (Pop), d. h. extramusikalischen

Kontexten. Das Wort der Stunde heißt »Distinktion«. Damit ist ein Kampf um symbolische Definitionsmacht impliziert: Wem es gelingt, seinen Zeichengebrauch sozial verbindlich zu machen, muss auf neue Legitimationsformeln zurückgreifen. Die gegenwärtige elektronische Musik operiert hier erfolgreich mit den Topoi »Schweigsamkeit« und Pseudonymkultur, eliptischer Lakonie und Coolness, aber auch mit der inflationären Diversifizierung von musikalischen Kategorien. Verschwinden und zugleich hyperdifferenziert präsent sein – diese Musik trifft offenbar auf ein neues breites Interesse am »Wie es gemacht ist«, das möglicherweise inzwischen das »Wie es klingt« überlagert. Diederichsen schreibt: »Seit der so genannten digitalen Revolution ist Technologie per se sexy geworden. Elektronische Musik handelt von Technologie wie Pop von Sex. [...] Streaming ist jetzt das Neue, das Pop anbietet, und es ist metonymisch verknüpft mit dem Internet und allem, was an Zukunftsdiskurs daran hängt« – oder: »Es streamt so sexy.« Nicht das musikalische Material spricht an, sondern die Technologie und die an sie geknüpften Versprechen lassen allein *hoffen*, das Tool und das Tauschen (Napster) werden zum Fetisch – Fixierung statt Bewegung, Tauscharbeit (Groß) statt Vergnügen. Aber die auf die Technik bezogenen Versprechungen bleiben weiterhin *gesellschaftliche*, da sie über konkrete soziale Adressen, d. h. Communities und Szenen, vermittelt werden. Deren Bedeutung kann nach wie vor gar nicht hoch genug eingeschätzt werden – gerade in Zeiten der Globalisierung.

## II. Global Music

Popkultur ist ein kulturelles Feld, dessen Entstehen und Wandel sich in den 1960er-Jahren im Spannungsfeld von Globalisierung und Lokalisierung vollzog und das auch heute noch seine Dynamik darüber bezieht. Die Musiktelevision hat –

wie eingangs angesprochen – enorm zur Globalisierung des Pop beigetragen: Popfotos und Clips sind heute überall zu sehen, popkulturelle Stile finden via Mediatisierung ihre Heimat im Global Village bzw. in den Global Cities. Und entgegen vieler Vorurteile verursacht die weltweite Zirkulation der Bilder weniger eine globale kulturelle Verschmelzung als lokale Differenz: »Während die Globalisierung des Pop auf der Ebene des Globalen die Bildung medial hergestellter, imaginärer Gemeinschaften provoziert, bewirkt und benötigt sie auf der Ebene des Lokalen«, so *Gabriele Klein* und *Malte Friedrich* in ihrem Beitrag, »die Bildung kleiner homogener, soziokultureller Einheiten.« Der Begriff der Glocalisation erhält hierdurch seinen Sinn: Popkulturen waren und sind immer Migrantenkulturen, und sie etablieren sich als hybride Kulturen. Sie sind pluralistisch und different und damit Ergebnis kultureller Austauschprozesse. Lokale Popkulturen können als Dialekte einer globalisierten Popsprache verstanden werden, die v. a. auf eines setzt, nämlich die Körpererfahrung – oder mit den Worten von Autorin und Autor: »die Performanz des Pop«. Im Aufgreifen und de-re-konstruierenden Nachahmen popkultureller Symboliken werden Musik und Stil neu gerahmt und in das eigene Leben aktiv-eigensinnig integriert. Ziel dieser Politik des Vergnügens ist, weniger gegen bestimmte Verhältnisse anzugehen, als vielmehr die eigenen Gefühlswelten zum Ausdruck zu bringen, sich also mit seinem Leben in der Gesellschaft ganz einfach »breit zu machen«. Darin erfüllt Popmusik eine wichtige vermittelnde, gesellschaftsintegrierende Funktion: In der glocalisierten Gesellschaft werden mit ihr Menschen über soziale, ethnische und nationale Grenzen hinweg *verbunden* und nicht getrennt – eine Argumentation, die auch *Manfred Mai* stark macht.

Heutzutage aber sind Gesellschaftskritik und *agitative* Politik wieder in stärkerem Maße in die deutsche und internationale Popmusik zurückgekehrt. Die Musiken und Texte von Jan Delay, Samy Deluxe oder Brother Keepers prangern

die heutigen Industriegesellschaften als »Diktaturen der Angepassten« an, in denen Unterdrückung und Rassismus den Underdogs das Leben schwer machen. *Olaf Karnik* zeigt in seiner Arbeit, dass die Re-Politisierung des Pop keiner gemeinsamen Bewegung entspringt, vielmehr scheinen in den Musiken und Texten ganz unterschiedliche Auffassungen vom Politischen auf. Und auch die Mitteilungsformen sind verschieden: Kritisch-politische Texte zur Musik lassen sich ebenso finden wie besondere Musiken, die wie kritisch-politische Kommentare wirken. »Insbesondere unter den Bedingungen einer Popgesellschaft, die auf ästhetischen Prinzipien basiert, erscheinen Soundpolitik und Sprachpolitik als Möglichkeit der Opposition auf der künstlerischen Ebene der Organisation, Strukturierung und Formatierung von Tönen und Klängen« (Karnik).

Was hier auf der einen Seite sinnvoll erscheint, nämlich politisch-oppositionelle Popkunst zu betreiben, die »aus den realen Ruinen ihrer Gegner« neue Soundformen und Lebensstile entstehen lässt, weckt auf der anderen Seite immer wieder Zweifel: Wie steht es um die Popkultur im allseits bekannten Spannungsfeld von Kunst und Kommerz? Was kann man sich heute überhaupt noch unter Kunst in der Spaßgesellschaft vorstellen? Der popimmanente Diskurs entgrenzt sich und wird entgrenzt – so *Felix Klopotek*. Die Zeiten von kulturbürgerlicher und medienkritischer Hochnäsigkeit und Überheblichkeit sind vorüber (kritisch dazu auch *Manfred Mai* in diesem Band). Pop hat erfolgreich Einzug in die Feuilletons gehalten, und das Feuilleton übt seinerseits einen nicht zu unterschätzenden Einfluss auf Musiker und Musik aus. Die vermeintlichen Gegenpole verzahnen sich heute. Und immer dann, wenn eine der beiden Seiten, Kunst oder Kommerz, in die Krise gerät, finden Selbstthematisierungsdynamiken statt, die zu Selbsterweiterungen führen. Am Beispiel des Post-Rocks und der Band Tortoise kann aufgezeigt werden, wie eine Musik der Krise in den einschlägigen Musikjournalen als

Avantgarde annonciert wurde und wie die Gruppe schließlich mit dem angetragenen Anspruch und Image identisch geworden ist. Dies ist jedoch nicht das Ende der Geschichte, denn die Gegenbewegung lässt in der Regel nicht lange auf sich warten. Das Eingespielte wird von steter Labilität bedroht, jederzeit kann ein Backlash eintreten. Dann müssen neue Musiken und Bands gefunden und annonciert werden: Das Imperium, d. h. Konkurrenten und Markt, schlägt zurück, etwas Neues muss her! Das Spannungsfeld von Kunst und Kommerz bleibt also weiterhin bestehen: »Da, wo Kulturkritik, konkreter: (Pop-)Musikkritik, von der Warte ewiger Werte aus spricht, verfehlt sie (gerade) die(se) Bewegungen und Dynamiken« (Klopotek).

Und derer gibt es viele. Stehen wir nicht im »Herbst der Alles-ist-Pop-Epoche«? Hat Ground Zero nicht alle Woodstock-Träume restlos zusammenbrechen lassen? *Udo Feist* begibt sich in seinem »akrobatischen«, metapherngetriebenen Essay auf Spurensuche. Er möchte herausfinden, wohin die Reise geht, und seine Antworten sind vielschichtig: Nach dem Türme-Schock folgte die Benefizroutine: Die beste Popmusik absorbiert Ereignisse eher, als dass sie sie reflektieren würde (Greil Marcus). Nach dem grenzenlosen Techno folgt die Zäsur: Der gute alte Song kehrt wohltemperiert zurück. Der läuft bekanntlich alleine (Bob Dylan: »A song is anything that can walk by itself«), und sein stabiles Songgerüst: Eindruck – Aufbruch – Ankunft, passt trefflich zu dem Geist der bedrohlichen Stunde: »Ein wohltemperierter Song ist primär stets weniger Ware als vielmehr Individualitätswagnis in Gestalt von Geschichte (story) und Wertung. [...] Und weil Songs immer etwas Schönes sind, kriegt man auf das Leben so vielleicht einen Blick, der für gewisse Zeit damit versöhnt und ein bisschen glücklicher macht« (Feist).

### III. Globalkolorit

Global zirkulierende Bilder und Musiken des Pop sind Vorbilder für lokale popkulturelle Praktiken, *Klein* und *Friedrich* sprechen – wie erwähnt – von der Performanz des Pop. Globale Protogemeinschaften (Willis 1991) wirken stilbildend auf lokale jugendliche Spezialkulturen oder Szenen, deren aneignender Nachvollzug des »Rohmaterials Pop« verkörpert eine Neukonstruktion, eine Neurahmung, so dass eine glocale Vermittlungskonstellation entsteht: Vor Ort schaffen sich Jugendliche ihre eigenen realen Geschmacksgemeinschaften (Lash 1996), in ihnen bringen sie ihre Sicht der Welt und ihre eigenen Gefühlswelten zum Ausdruck. Die ästhetische Dimension der Musik erhält ihren besonderen Wert durch die Schaffung geschützter Erfahrungsräume, von den eigenen Zimmern über Jugendzentren bis hin zur Clubkultur, in denen etwa im Tanz Bedürfnisse nach Körpererleben befriedigt oder in den je spezifischen Musiken Symbole gefunden werden können, die ein Gemeinschaftsgefühl vermitteln.

*Winfried Gebhardt* weist auf die gesellschaftlichen Dynamiken hin, die hinter diesen ästhetischen Praxen stehen: Unser Leben ist gegenwärtig hochgradig individualisiert und optionalisiert. Enttraditionalisierungsprozesse haben die Attraktivität assoziationaler Gesellungsformen wie Vereine, Verbände, Parteien u. Ä. schwinden lassen. Gleichwohl sind auch spätmoderne Gesellschaften nicht strukturlos. Neue Vergemeinschaftungsformen bilden sich heraus, deren wesentliches Kennzeichen darin besteht, dass sich ihre vergemeinschaftende Kraft auf ähnliche Lebensziele und ähnliche ästhetische Ausdrucksformen gründet. Diese im soziokulturellen Bereich neu entstehenden Gesellungsformen werden gemeinhin als »Szenen« bezeichnet. Dabei handelt es sich um Netzwerke von Personen, die Formen kollektiver Selbststilisierung teilen und sich an typischen Orten zu typischen Zei-

ten zu typischen Aktivitäten zusammen finden. Diese Sozialform ist in dem Sinne individualisiert, dass ihre Zugehörigkeitsbedingungen offener, diffuser und unverbindlicher als die traditionellen Gemeinschaften sind. Man kann jederzeit eine Szene verlassen und aufgenommene Beziehungen »kündigen«. Um so wichtiger ist es jedoch unter diesen Bedingungen, sich der kollektiven Existenz der Szene zu versichern. Eine wichtige Funktion nehmen neben Szenesymbolen wie CDs, Bilder, Zeitschriften usw. die besonderen Performance-Ereignisse, die »Events«, ein. Sie versprechen einen szenespezifischen hohen Erlebniswert: das »totale Erleben«.

Es ist nahe liegend, dass die angesprochene »Verszenung« und »Eventisierung« unserer Gesellschaft alle Bevölkerungsgruppen und Geschmäcker betrifft. Folgerichtig sucht Gebhardt mögliche Szenen und Events im gegenwärtigen immer noch bürgerlich geprägten Hochkulturbereich auf. Am Beispiel der Bayreuther Richard-Wagner-Festspiele und ihrem Publikum zeigt er deren Wandel von der Kultursekte zur Kulturszene auf. *Roland Graffé* und *Gregor Schubert* tun sich in der gegenwärtigen Independentszene um: Sie knüpfen an der Vergangenheit der Indieszene und deren überkommenem Gegenöffentlichkeitsmythos an und legen dar, wie fruchtbar die Zusammenarbeit zwischen kleinen Labels und Majors inzwischen geworden ist. Indies sind auch heute noch »experti-sche Eigenbrödler«, aber sie lassen sich nun gelassener und selbstbewusster als früher auf die Liaison mit den großen Labels ein. *Ronald Hitzler* und *Michaela Pfadenhauer* widmen sich in ihrem Beitrag der Post-Techno-Szene und prognostizieren – mit einem Augenzwinkern – ein 1990er-Jahre-Techno-Revival. *Lothar Mikos* beschäftigt sich in seinem Beitrag mit der Lust am Trash und Tabubruch, und zwar in all seinen Schattierungen: seien es die sich als authentisch begreifenden Formen von Bad Musik wie etwa Gothic, Punk oder Gangsta Rap, sei es das *Spiel* mit dem Trash im Rahmen einer Comedyrezeption, sei es die exkludierende Etikettierung der

abgelehnten Musik der anderen als »Müll«. Auch hier mischen sich die Lust auf Provokation, Opposition und Widerstand mit der Handlungsstrategie der sozialen Distinktion im Rahmen der Konkurrenz jugendkultureller Spezialwelten.

Die meisten Jugendlichen gehen jedoch bekanntlich *nicht* in den Jugendszenen auf, sie kaufen sich lieber Sampler (z. B. *Bravo-Hits* oder *Kuschelrock*) und gehen mal in die eine, mal in die andere Disco oder machen sich ihre eigenen Gedanken zu Songs und Interpreten (van den Berg 1999, 2001). *Axel Schmidt* und *Klaus Neumann-Braun* nehmen sich dieser großen Mehrheit im »Mainstream der Minderheiten« (Holert/Terkessidis 1998) an und bestimmen deren Verhältnis zu den Popmusikszene. Die von den Autoren als »allgemein jugendkulturell orientierten Jugendlichen« (AJOs) bezeichneten »Stinos« (»Stinknormalen«) stehen deutlich außerhalb der allenthalben diagnostizierten Authentizitätskämpfe jugendorientierter Szenen (Teipel 2001). Demzufolge spielen interjugendkulturelle eine geringe und intrajugendkulturelle Formen von Abgrenzung nahezu überhaupt keine Rolle. Distinktionsgewinne resultieren zunächst aus einer allgemeinen Bezugnahme auf ein medial vermitteltes Bild von jugendkulturellem Stil, das heute zu weiten Teilen bereits altersunabhängig begriffen wird. Demzufolge steht auch eine intergenerationelle Abgrenzung für diese Jugendlichen nicht im Mittelpunkt ihrer Aufmerksamkeit. Diese findet – wenn überhaupt – in inkludierend-kooperativer Form statt: Willkommen ist, wer die medial verbreiteten Zeichen der Jugendlichkeit lesen und verwenden kann. Spezialisierte Szenen – die deshalb ja nicht verschwinden – werden von diesen Jugendlichen als halböffentliche Teilkulturen verstanden, an denen man situativ partizipieren kann, wenn man die grundlegenden (Dress-)Codes kennt. Für diese Jugendlichen steht nicht die Szene oder ein mit einer bestimmten Musikrichtung verknüpfter Lebensstil im Vordergrund: Ihr zentraler Identifikationsfixpunkt scheint die lokale Peer-Group zu sein, in deren

Rahmen zwar Musik gehört, deren ideologisches Potenzial indes weder übernommen noch intensiv gelebt wird. Popmusik scheint für diese Jugendlichen ein Allroundmedium, in das jeweils persönliche und situationsspezifische Bedürfnisse und Relevanzen hineinprojiziert werden können. Das Angebot der Musikindustrie wahrzunehmen, bestimmte Codes zu kennen und Popmusik in all ihren Facetten zu nutzen, vermag ein diffuses Gefühl von »Dabeisein« zu vermitteln, das den allgemein jugendkulturell orientierten Jugendlichen völlig auszureichen scheint nach dem Motto: »Wir passen uns (szenemäßig) an – aber nur ein bisschen, nicht so krass, wie die anderen!«

#### IV. Epilog

Popvisionen. Links in die Zukunft – wohin führen all diese nichtlinearen Differenzierungsdynamiken im Zeitalter der Pop-Splitter (Bonz 2000)? Sehend textet der audiovisuelle Allroundkünstler Prince in seinem Song »*The future*« (1989): »I've seen the future and it will be / I've seen the future and it – works!«

Die Herausgeber danken Claudia Molnár für die umsichtige und zuverlässige Schlussredaktion des Bandes sowie dem Ministerium für Schule und Weiterbildung, Wissenschaft und Forschung (NRW) für die finanzielle Unterstützung der Tagung »Quo vadis, Pop?«, die in Kooperation zwischen der Universität Essen und der Sektion »Medien- und Kommunikationssoziologie« der Deutschen Gesellschaft für Soziologie« (DGS) im November 2000 in Essen stattfand.

*Literatur*

- Berg, R. B. van den (1999): *Die Luftgitarre. Bowie, Springsteen und all die anderen*, Frankfurt/M.
- Berg, R. B. van den (2001): *Die unsichtbare Faust. Magische Momente der Popkultur*, Frankfurt/M.
- Bonz, J. (Hg.) (2001): *Sound Signatures. Pop-Splitter*, Frankfurt/M.
- Hachmeister, L./Lingemann, J. (21999): »Das Gefühl VIVA. Deutsches Musikfernsehen und die neue Sozialdemokratie«, in: Neumann-Braun, K. (Hg.), a. a. O., Frankfurt/M., S. 132-172
- Holert, T./Terkessidis, M. (1998): »Mainstream der Minderheiten«, in: Kemper, P./Langhoff, Th./Sonnenschein, U. (Hg.): *»but I like it«. Jugendkultur und Popmusik*, Stuttgart, S. 314-332
- Lash, S. (1996): »Reflexivität und Doppelung: Struktur, Ästhetik und Gemeinschaft«, in: Beck, U./Giddens, A./Lash, S.: *Reflexive Modernisierung*, Frankfurt/M., S. 195-286
- Neumann-Braun, K. (Hg.) (21999): *Viva MTV! Popmusik im Fernsehen*, Frankfurt/M.
- Pop und Politik*. Themenheft. *Spiegel Spezial*, Nr. 2, 1994
- Schmidt, A. (1999): »Sound and Vision Go MTV. Die Geschichte des Musiksenders bis heute«, in: Neumann-Braun, K. (Hg.), a. a. O., Frankfurt/M., S. 93-131
- Schmidt, E. (1999): »Eine Jagd durch die Nacht – The Prodigy und ihr ausgezeichnete/zensierter Videoclip ›Smack my bitch up‹«, in: Neumann-Braun, K. (Hg.), a. a. O., S. 307-322
- Teipel, J. (2001): *Verschwende deine Jugend. Ein Doku-Roman über den deutschen Punk und New Wave*, Frankfurt/M.
- Willis, P. (1991): *Jugend-Stile*, Hamburg