Kurzbeitrag

(K)ein Interesse an Jugendszenen?

Allgemein jugendkulturell orientierte Jugendliche im Spiegel von Surveydaten

Marcel Eulenbach, Amina Fraij

1. Einleitung

Die deutsche und internationale Jugendkulturforschung befasst sich unter Begriffen wie „Szene" (*Hitzler/Pfadenhauer* 1998; *Gebhardt* 2012; *Mey/Pfaff* 2015) und „Neo-Tribe" (*Bennett* 2006; *Woodmann/Wyn* 2015) mit kulturellen Gemeinschaften Jugendlicher, die sich auf der Basis ausgeprägter Stile formieren. Stile manifestieren sich dabei meist als Kleidungsstile, aber auch als Tanz-, Verhaltens- oder Sprachstile, ebenso sind hier ritualisierte Handlungen jeglicher Art gemeint. Durch Anschluss an die Stil- und Inszenierungspraxen der Szenen können Jugendliche Zugehörigkeit zu diesen Gemeinschaften erlangen (*Großegger/Heinzlmaier* 2007, S. 97f.; *Stauber* 2012). Das Gros der Szeneforschung zeichnet sich durch eine ethnografische Perspektive aus, die Einblicke in die Lebenswelten einzelner Szenen ermöglicht und insbesondere subjektive Bedeutungen und Erfahrungen von Szenegänger/innen in den Blick nimmt *(Hitzler/Niederbacher* 2010).

Allerdings verstellt diese Forschungsperspektive den Blick dafür, dass Jugendszenen auch für Jugendliche sozialisationsrelevant sein können, die keine Szenegänger/innen sind und auf eine demonstrative Selbststilisierung verzichten. Der vorliegende Beitrag thematisiert diese Jugendlichen mit diffuser Szene-Orientierung unter einer quantitativ-empirischen Perspektive. Im Anschluss an *Schmidt*/*Neumann-Braun* (2003) bezeichnen wir sie als *Allgemein jugendkulturell Orientierte,* kurz *AJO*: Bei diesen Jugendlichen „existiert zwar eine Affinität zu jugendkulturellen Stilen, Praxen und Deutungsmustern resp. eine Abgrenzung gegenüber traditionell orientierten Jugendlichen, jedoch keine lebenspraktische Involviertheit in eine Szene oder szeneaffine lokale Gruppe. Die Teilhabe bleibt wesentlich vermittelt über den Jugendmarkt und die Jugendmedien" (ebd., S. 249).

Obwohl AJO keine Szenegänger/innen sind, bieten sich ihnen vermittelt durch kommerzielle und mediale Repräsentationen Einblicke in die Symbolwelten der Szenen. In diesem Sinne halten insbesondere die „massentauglichen" *Musik*szenen ein Orientierungsangebot für AJO bereit: So zeigen Musikvideos Musiker/innen und Bands, die szenespezifische Stile musikalisch, ästhetisch und performativ umsetzen, und Jugendzeitschriften machen ihre Leser/innen ebenfalls mit solchen Star-Images vertraut (*Großegger/Heinzlmaier* 2007, S. 144; *Eulenbach* 2013). Für AJO kann die Rezeption von Popmusik[1], -videos und -interpreten die einzige Form der Auseinandersetzung mit Jugendszenen sein. Begünstigt wird dies durch die Omnipräsenz von musik- und szenebe-

Diskurs Kindheits- und Jugendforschung/
Discourse. Journal of Childhood and Adolescence Research Heft 3-2017, S. 367-372 https://doi.org/10.3224/diskurs.v12i3.08

zogenen Inhalten im Internet. Hier können Jugendliche „quer" durch alle Stilrichtungen und vielfach kostenlos auf Musik(videos) zugreifen (*Harring* 2013).

Im Weiteren erfolgt zunächst eine nähere Bestimmung der hier interessierenden Jugendlichen, der AJO. Dazu werden die ethnografischen Befunde von *Schmidt/Neumann-Braun* (2003) präsentiert und mit einem knappen Einblick in die Studie *Sūnas* (2013) verbunden. So kann gezeigt werden, dass AJO mit ihrem Verhältnis zu Popmusik und zu musikzentrierten Szenen ein ubiquitäres Merkmalsprofil aufweisen – gerade auch im Vergleich zu jugendlichen Szenegänger/innen. Anschließend gehen wir kursorisch auf die Surveystudie „Jugend.Leben" (*Maschke* u.a. 2013) und auf den Datensatz[2] unserer Analyse ein. Auf der Grundlage dieser Daten wird die Kategorie AJO operationalisiert. Unsere Befunde zeigen den Anteil der AJO unter 13-18-Jährigen, aber auch, welche Musikszenen von AJO präferiert werden. Eine knappe Diskussion der Ergebnisse rundet den Kurzbeitrag ab.

2. Allgemein jugendkulturell Orientierte (AJO)

Die Jugendkulturforschung macht seit langem darauf aufmerksam, dass die meisten Jugendlichen keine Szenegänger/innen, aber eben auch keine expliziten Gegner/innen der Szenen sind. So räumte *Vollbrecht* (1995) ein: „Neben Jugendlichen mit unterschiedlich stark ausgeprägter Szene-Zugehörigkeit gibt es eine Mehrheit von meist jüngeren Jugendlichen (‚main-stream'), deren ‚Stil' sich kennzeichnen lässt als eine Melange aus institutioneller Integration, manieristischer Offenheit im Outfit und gelegentlichen Eskapaden in jugendkulturellen Milieus" (ebd., S. 36f.). *Meueler* (1997) wies darauf hin, dass „die geschätzten 2 bis 10 Prozent einer Generation, die sich einer Jugendkultur zurechnen lassen, auf die gesamte Generation ausstrahlen und in unterschiedlicher Intensität Nachahmer finden können" (ebd., S. 36). Jugendliche mit einer allgemeinen jugendkulturellen Orientierung werden in diesen Einschätzungen zwar angesprochen, aber nicht als Forschungsgegenstand eingeführt und folglich auch nicht näher inspiziert.

Dieses Manko wurde von *Schmidt/Neumann-Braun* (2003) aufgegriffen, die die Allgemein jugendkulturell Orientierten über ihre Musikpräferenzen bestimmen. AJO bevorzugen Musik, die eine breite Hörerschaft anspricht. Popmusik beinhaltet für sie alles, was massenmedial verbreitet wird und „in" ist. Zugleich ist ihnen bewusst, „dass Popmusik etwas mit in Jugendszenen gelebten Stilen und Überzeugungen zu tun hat" (ebd., S. 264). Allerdings wird die Bedeutung von Kleidungsstilen als Mittel eines authentischen Selbstausdrucks abgewertet. Damit unterscheiden sich AJO deutlich von Szenegänger/innen, zu denen mittlerweile eine Reihe empirischer Studien vorliegt. Szenegänger/innen nehmen ihren stilbezogenen Selbstausdruck im Allgemeinen als authentisch wahr, weil er für sie mit Einstellungen, Erfahrungen, Kritikmustern, kurz „Sinn", verwoben ist (exemplarisch zu bestimmten Szenen: *Pfaff* 2006; *Schmidt/Neumann-Braun* 2008; *Eulenbach/Wagner* 2014). Im Unterschied dazu nehmen AJO Jugendstile typischerweise als „gemacht" und insofern auch als beliebig wahr. Daher lehnen sie die Übernahme eines szenegebundenen Stils entweder grundsätzlich ab oder sind bestrebt, eine situative Passförmigkeit zwischen bestimmten Anlässen (Club- oder Konzertbesuche) und dem eigenen Outfit herzustellen. Dabei werden „extreme" Stilvarianten gemieden, auch die Idee einer konsistenten Selbstdarstellung, d.h. eines im Wechsel der Situationen „durchgehaltenen" Stils, spielt kaum

eine Rolle. Dies korrespondiert gewissermaßen mit dem Musikgeschmack der AJO, der problemlos Unterschiedliches verbinden kann, wobei die Differenzen zwischen Songs oder Bands kaum Beachtung finden (*Schmidt/Neumann-Braun* 2003, S. 258f.). „*Popmusik* scheint für diese Jugendlichen ein *Allroundmedium*, in das jeweils persönliche und situationsspezifische Bedürfnisse und Relevanzen hineinprojiziert werden können. (…) Popmusik in all ihren Facetten zu nutzen, vermag ein *diffuses Gefühl von ‚Dabeisein'* zu vermitteln, das den allgemein jugendkulturell orientierten Jugendlichen völlig auszureichen scheint" (ebd., S. 266; Hervorh. i. O.).

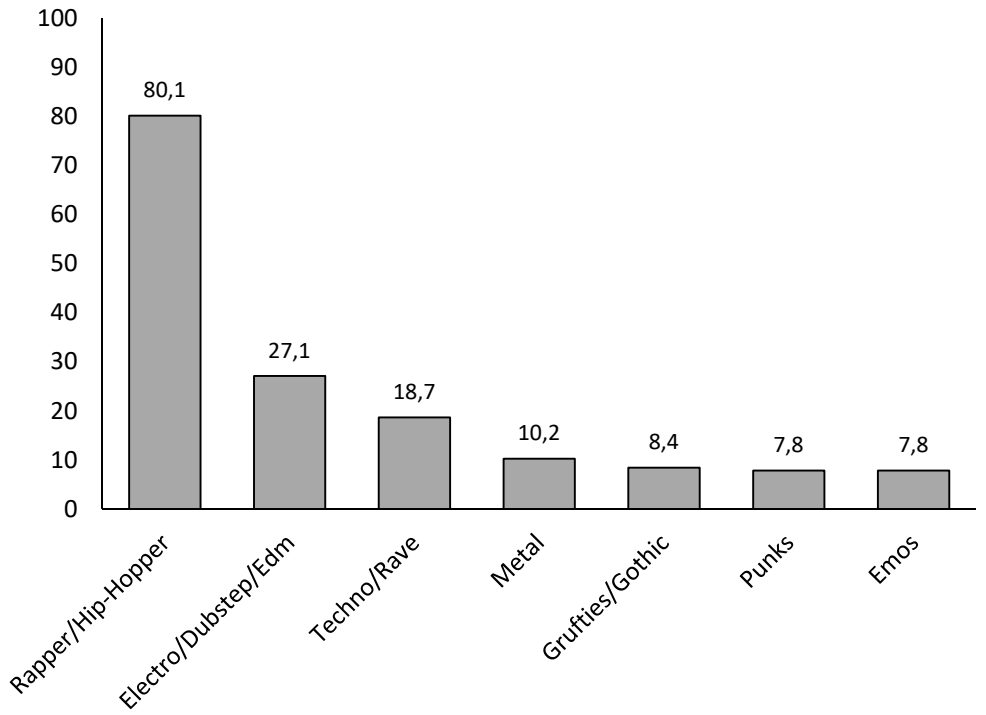
Bestätigt werden einige der vorgenannten Charakteristika der AJO in der Studie von *Sūna* (2013), die sich mit den Umgangsweisen lettischer Jugendlicher mit Populärkultur als einer translokalen befasst. Von besonderem Interesse sind solche Jugendliche, „die explizit in keinen jugendkulturellen Vergemeinschaftungen involviert waren" (ebd., S. 121). Während sich Jugendliche des Typus „Szeneorientierte" über ihre spezifische musikalisch-mediale Präferenzbildung in Szene-Netzwerken verorten, konsumieren die „Populärkulturorientierten" ihren eigenen Angaben nach alles (an Musik oder Filmen), was in den Medien als das „Angesagte" präsentiert wird: „Kennzeichnend für den omnivoren Geschmack ist es, dass die Populärkulturorientierten vorwiegend einzelne Lieder der unterschiedlichen Interpreten – eben die populären Hits – hören" (ebd., S. 197). In Anlehnung an die Überlegungen von *Schmidt/Neumann-Braun* (2003) wird hervorgehoben, dass „die Populärkulturorientierten über allgemeines *Wissen* im Bereich verschiedener *jugendkultureller Musik- und Stilrichtungen* [verfügen]. Dieses Wissen wird verwendet einerseits für die Anpassung an verschiedene Situationen, in denen sie auf szeneorientierte Jugendliche treffen, andererseits aber auch für die eigene Abgrenzung gegenüber subjektiv definierten ‚Anderen'" (*Sūna* 2013, S. 203; Hervorh. i. O.). Ein weiteres Charakteristikum dieser Jugendlichen betrifft ihren Zugang zu musikalisch-medialen Inhalten. Um zu erfahren, was aktuell „angesagt" ist, wird das Internet genutzt, v.a. mit Blick auf die Beliebtheit von Musikstücken in File-Sharing-Communities. Außerdem genießen die klassischen Massenmedien Radio und Fernsehen bei den Populärkulturorientierten noch ein vergleichsweise hohes Ansehen (ebd.). Das Muster einer diffusen Orientierung an jugendkulturellen Inhalten ist – bei allen gleichwohl erkennbaren individuellen Differenzen im Medienumgang – insgesamt dadurch gekennzeichnet, dass diese Jugendlichen die Zugehörigkeit zu einer bestimmten Szene explizit negieren.

3. AJO im Spiegel von Surveydaten

Die folgende Analyse basiert auf einem Datensatz, der im Rahmen des Jugendsurveys „Jugend.Leben" (*Maschke* u.a. 2013)[3] erhoben wurde. Bei der Datenerhebung erhielten die Befragten unterschiedliche, nach Themenausschnitten variierende Fragebogen, so dass die für Surveystudien typische Themenbreite abgedeckt werden konnte (ebd., S. 272). In einem der Themenmodule wurden die Jugendlichen (13-18 Jahre) zu ihren Einstellungen zu Jugendkulturen befragt, überdies konnten sie sich zu einer Auswahl von Musikstilen positionieren. Die damit gewonnenen Daten erlauben es, statistische Angaben zu den AJO zu machen. Die Jugendlichen, die dieses Themenmodul beantwortet haben (n = 589), sind im Durchschnitt 15,7 Jahre alt (SD = 1,6), die Geschlechterverteilung ist annähernd ausgeglichen (49,6 Prozent weibliche Jugendliche).

Zur Operationalisierung: Als AJO wurden Jugendliche erfasst, die eine *sympathisierende Haltung* („Ich gehöre nicht dazu, finde solche Leute aber ganz gut“) *zu mindestens einer von sieben Musikszenen*[4] angegeben haben und zusätzlich auf die Frage „Welche Art von Musik hörst Du gerne“ *mindestens eine unspezifische Musikpräferenz* („Popmusik“, „Charts“ oder „höre alles Mögliche“) nannten. Die Sympathiebekundung für eine bestimmte Szene werten wir als Indiz dafür, dass eine/ein Jugendliche/r über positiv konnotierte Vorstellungen dieser Stilgemeinschaft verfügt, die zumindest teilweise auch aus den (Jugend-)Medien und „einschlägigen“ Internetquellen stammen dürften. Die kommerzielle Seite etlicher Szenen bzw. ihres Musik- und Stilrepertoires ist darüber ja zugänglich.

Wer im Themenmodul zu Jugendkulturen bei einer der Musikszenen die Option „Ich gehöre dazu/lebe so ähnlich“ angegeben hat, drückt damit eine tiefere Involviertheit aus, die mit dem Wunsch der AJO nach Ungebundenheit nicht vereinbar ist. Diese Jugendlichen sind somit keine AJO. Unserer Operationalisierung folgend ergibt sich für die AJO ein Anteil von 28,2 Prozent der Befragten. Die Gruppe der AJO unterscheidet sich hinsichtlich des Alters und der Schulform nicht von denjenigen Jugendlichen, die keine AJO sind. Hinsichtlich des Geschlechts aber zeigt sich, dass 62 Prozent der AJO weiblich sind und 38 Prozent männlich. Bei der statistischen Gruppe von Jugendlichen, die nicht zu den AJO gehören, sind 54,4 Prozent männlich und 45,6 Prozent weiblich[5]. Wie die Verteilung der AJO bzw. ihrer Sympathien auf die abgefragten Szenen aussieht, wird in der folgenden Abbildung dargestellt.



AJO und ihre Sympathien für einzelne Musikszenen, in Prozent (Mehrfachantworten), n = 166; Quelle: Jugend.Leben, eigene Berechnungen

4. Diskussion der Ergebnisse

Die Befunde weisen zunächst auf die quantitative Bedeutung der Jugendlichen hin, die als Hörer/innen von Popmusik mit Musikszenen sympathisieren, sich diesen Szenen aber nicht selbst zuordnen. Besonders in Bezug auf die „Rapper/Hip-Hopper"-Szene liegt die Vermutung nahe, dass die „Sympathie" der AJO bei einem Teil von ihnen fließend in die Aneignung ausgewählter Elemente des Hip-Hop-Stils übergeht. Dies ist insofern zu vermuten, als die Popularität von Hip-Hop als Musikgenre die „Vermodung" der Szenekleidung (wie Baggy Pants oder Kapuzenpullis) nach sich gezogen hat. Die Begeisterung für Hip-Hop – ebenso für die Szenen der elektronischen Tanzmusik – verweist somit auf die starke Kommerzialisierung der Jugendkultur. Umgekehrt dürfte die deutlich geringere Beliebtheit von „Metal", „Grufties", „Punks" und „Emos" bei den AJO damit zusammenhängen, dass diese Musikszenen weniger vermarktet werden und die Möglichkeiten der medialen Verbreitung ihrer Symbolwelten damit eingeschränkt sind.

AJO sind mit Attributen wie „normal" und „angepasst" nur vordergründig beschrieben, denn sie haben ein – wenn auch eingeschränktes – Interesse an Jugendszenen, die auch Teil der Lebenswelten dieser Jugendlichen sind. Dieses kulturelle Muster stellt keineswegs ein neues Phänomen dar (*Vollbrecht* 1995; *Meueler* 1997). Sein Aufkommen ist als Begleiterscheinung der Verbreitung und Normalisierung von Jugendkulturen ab den 1980er Jahren zu deuten. Heute ist die Ökonomisierung der Jugendkulturen deutlich fortgeschritten, die sich – im Verbund mit der Mediatisierung nahezu aller Lebensvollzüge – auch auf Jugendliche mit einer allgemeinen Orientierung an Jugendkulturen auswirkt. Denn das heraufziehende „Medien-Kultur-Ökonomie-Konglomerat" (*Lange/Theunert* 2008, S. 232) vergrößert einerseits die Wahlmöglichkeiten der Allgemein jugendkulturell Orientierten, andererseits ist deren vielseitige Medien- und Musikaneignung, die auf das jeweils „Angesagte" ausgerichtet ist, verstärkt der ökonomischen Instrumentalisierung ausgesetzt.

Anmerkungen

1 Der Begriff „Popmusik" wird hier als Sammelbegriff für unterschiedliche Stile der populären Musik verwendet, also nicht zur stilistischen Abgrenzung von Pop gegenüber Hip-Hop, Heavy Metal etc.

2 Wir danken Sabine Maschke und Ludwig Stecher, die uns freundlicherweise den Datensatz zur Verfügung gestellt haben.

3 Die Befragung wurde Ende 2012 mit knapp 6.000 10-18-Jährigen in Nordrhein-Westfalen durchgeführt. Die vorliegende Analyse berücksichtigt nur die Daten der 13-18-Jährigen.

4 Zur Auswahl standen „Rapper/Hip-Hop", „Techno/Rave", „Punk", „Grufties/Gothics", „Emos", „Electro/Dubstep/Edm" und „Metal".

5 Ein Chi-Test hat ergeben, dass die erwarteten und beobachteten Häufigkeiten signifikant voneinander abweichen, also signifikant mehr Mädchen unter den AJO sind ($Chi^2 = 12{,}860$; $p \leq 001$).

Literatur

Bennett, A. (2006): Subcultures or Neotribes? Rethinking the relationship between youth, style and musical taste. In: *Bennett, A./Shank, B./Toynbee, J.* (Hrsg.): The Popular Music Studies Reader. – London u. New York, S. 106-113.

Eulenbach, M. (2013): Stars, Musikstars, Castingstars: Zum Verhältnis von medialen Starinszenierungen und Identitäts- und Entwicklungsprozessen im Jugendalter. In: *Heyer, R./Wachs, S./Palentien, C.* (Hrsg.): Handbuch Jugend – Musik – Sozialisation. – Wiesbaden, S. 249-292. https://doi.org/10.1007/978-3-531-18912-3_7

Eulenbach, M./Wagner, D. (2014): Visual Kei, Manga/Anime und Cosplay – japanische Populärkultur in Deutschland und ihre Rezeption durch Jungen und junge Männer. In: *Farin, K./Möller, K.* (Hrsg.): Kerl sein. Kulturelle Szenen und Praktiken von Jungen. – Berlin, S. 277-295.

Gebhardt, W. (2012): Jugendkultur, Jugendsubkultur, Jugendszene. Zur Soziologie juveniler Vergemeinschaftung. In: *Altenburg, D./Bayreuther, R.* (Hrsg.): Musik und kulturelle Identität. Bericht über den XIII. Internationalen Kongress der Gesellschaft für Musikforschung. Bd. 1. – Kassel, S. 490-498.

Großegger, B./Heinzlmaier, B. (2007): Die neuen vorBilder der Jugend. Stil- und Sinnwelten im neuen Jahrtausend. – Wien.

Harring, M. (2013): Freizeit, Peers und Musik. In: *Heyer, R./Wachs, S./Palentien, C.* (Hrsg.): Handbuch Jugend – Musik – Sozialisation. – Wiesbaden, S. 293-322. https://doi.org/10.1007/978-3-531-18912-3_8

Hitzler, R./Pfadenhauer, M. (1998): Eine posttraditionale Gemeinschaft. Integration und Distinktion in der Techno-Szene. In: *Hillebrandt, F./Kneer, G./Kraemer, K.* (Hrsg.): Verlust der Sicherheit? – Opladen, S. 83-102. https://doi.org/10.1007/978-3-322-83316-7_6

Hitzler, R./Niederbacher, A. (2010): Forschungsfeld ‚Szene' – zum Gegenstand der DoSE. In: *Harring, M./Böhm-Kasper, O./Rohlfs, C./Palentien, C.* (Hrsg.): Freundschaften, Cliquen und Jugendkulturen. Peers als Bildungs- und Sozialisationsinstanzen. – Wiesbaden, S. 91-103.

Lange, A./Theunert, H. (2008): Popularkultur und Medien als Sozialisationsagenturen. Jugendliche zwischen souverän-eigensinniger und instrumentalisierender Aneignung. Zeitschrift für Soziologie der Erziehung und Sozialisation, 28, 3, S. 231-242.

Maschke, S./Stecher, L./Coelen, T./Ecarius, J./Gusinde, F. (2013): Appsolutely smart: Ergebnisse der Studie Jugend.Leben. – Bielefeld.

Meueler, C. (1997): Pop und Bricolage. Einmal Underground und zurück: Kleine Bewegungslehre der Popmusik. In: *SPoKK* (Hrsg.): Kursbuch Jugendkultur. – Mannheim, S. 32-39.

Mey, G./Pfaff, N. (2015): Editorial (Schwerpunkt Perspektiven der Jugendkulturforschung). *Diskurs Kindheits- und Jugendforschung* 10, 3, S. 259-263.

Pfaff, N. (2006): Jugendkultur und Politisierung: Eine multimethodische Studie zur Entwicklung politischer Orientierungen im Jugendalter. – Wiesbaden.

Schmidt, A./Neumann-Braun, K. (2003): Keine Musik ohne Szene? Ethnografie der Musikrezeption Jugendlicher. In: *Neumann-Braun, K./Schmidt, A./Mai, M.* (Hrsg.): Popvisionen: Links in die Zukunft. – Frankfurt a. Main, S. 246-272.

Schmidt, A./Neumann-Braun, K. (2008): Die Welt der Gothics. Spielräume düster konnotierter Transzendenz. 2. Aufl. – Wiesbaden.

Stauber, B. (2012): Jugendkulturelle Selbstinszenierungen und (geschlechter-)biographische Relevanzen. In: *Ecarius, J./Eulenbach, M.* (Hrsg.): Jugend und Differenz - Aktuelle Debatten der Jugendforschung. – Wiesbaden, S. 51-73. https://doi.org/10.1007/978-3-531-92088-7_3

Sūna, L. (2013): Medienidentitäten und geteilte Kultur. Vermittlungspotenzial von Populärkultur für lettisch- und russischsprachige Jugendliche. – Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-00358-6

Vollbrecht, R. (1995): Die Bedeutung von Stil. In: *Ferchhoff, W./Sander, U./Vollbrecht, R.* (Hrsg.): Jugendkulturen: Faszination und Ambivalenz. – Weinheim, S. 23-37.

Woodman, D./Wyn, J. (2015): Holding It All Together: Researching Time, Culture and Belonging After 'Subcultures'. In: *Baker, S./Robards B./Buttigieg B.* (Hrsg.): Youth Cultures and Subcultures. Australian Perspectives. – Farnham u. Burlington, S. 43-52.