

Veröffentlicht auf kubi-online (<https://www.kubi-online.de>)

## **Knopf im Ohr >> Geschichte und Gegenwart mobiler Musik im Jugendarter**

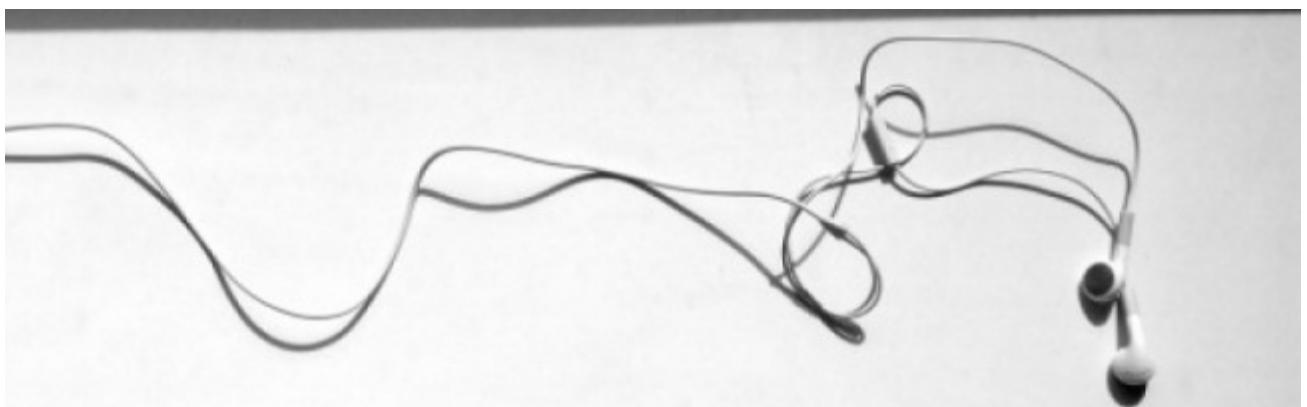
von Wolfgang Reißmann, Dagmar Hoffmann

Erscheinungsjahr: 2015 / 2012

Stichwörter:

**Jugendkultur | mobile Musik | Alltagsästhetisierung**

Musik ist in spätindustriellen und mediatisierten Gesellschaften fast überall präsent: ob bewusst eingeschaltet oder nur mitgehört, ob medial vermittelt oder live, ob in privaten oder öffentlichen Räumen – wir müssen Umwege gehen und Nischen suchen, um *nicht* mit Musik in Berührung zu kommen. Sie begegnet uns zudem nicht nur in *Reinform*, sondern ebenso im Verbund mit anderen symbolischen Formen und als Teil audiovisueller Medienprodukte, bei denen wir zwar zuerst an (bewegte) Bilder denken, in denen die auditive Ebene jedoch von konstitutiver Bedeutung ist. Zu denken ist etwa an die narrationsstützenden und gliedernden Funktionen, die Filmmusik hat, oder an das „*Audiobranding*“, das in der Werbewirtschaft zu einem eigenen Geschäftsbereich avanciert ist.



Kopfhörer © Laura Blankenhorn

Ein vergleichsweise junges Phänomen in der Geschichte der Musikmedien ist heute die Allgegenwart *mobiler, tragbarer und digitaler Speicher- und Distributionsmedien* sowie die selbstverständliche Nutzung

mobiler *Hybridmedien* wie etwa Smartphones. Im Folgenden versuchen wir, dieses Phänomen mit Blick auf Jugendliche als die traditionell und wohl auch weiterhin wichtigste Zielgruppe für mobile Musikmedien näher zu sondieren. Dabei gehen wir zunächst kurz auf die geschichtliche Entwicklung mobiler Musikmedien und den Stellenwert von Musik im allgemeinen Medienensemble Jugendlicher ein. Im Anschluss zeigen wir emotionale Funktionen und soziale Bedeutungen auf, die mobile Musikmedien im Alltag junger Menschen haben. In einem Ausblick beschäftigen wir uns schließlich mit der Frage, inwieweit mobile Breitbandtechnologien den Umgang mit Musik über kurz oder lang verändern könnten.

## Mobile Musikmedien gestern und heute

### Geschichte mobiler Musikmedien

Auch wenn es angesichts der rasanten Durchdringung mit MP3-Player, Mobiltelefon respektive Smartphone nicht so aussehen mag, so ist die mobile Rezeption von massenmedial verfügbarer Musik keinesfalls ein neues Phänomen. Jugendliche hörten schon vor Jahrzehnten Musik im Freien und in der Öffentlichkeit. Die Musikrezeption außerhalb geschlossener Räume war ein wesentliches Merkmal und ein Ausdruck der Jugend(pop)kulturen, verkörperte sie doch das Versprechen von Freiheit und Unabhängigkeit, von Eigenständigkeit und Gemeinsinn (siehe im Überblick Weber 2008).

Das Transistorradio, auch als *Kofferradio* bezeichnet, wurde bereits Mitte der 1950er Jahre populär. Es ermöglichte den Empfang verschiedener Rundfunkprogramme und avancierte innerhalb kurzer Zeit zum Statussymbol vieler Jugendlicher, mit dem sie zumeist gemeinschaftlich hörten. Es rahmte soziale Aktivitäten in der Freizeit, diente als Begleit-, Unterhaltungs- und Referenzmedium. Um 1960 waren auf dem westdeutschen Markt rund 100 verschiedene tragbare Radio-Modelle erhältlich (Weber 2008:35). Die Musikauswahl erfolgte anhand der lokal zu empfangenden Sender und der favorisierten Programme.



Kassettenrecorder © Clemens Schwender

Eine gezielte *Musikselektion* ermöglichte dann der *Kassettenrecorder*, der 1963 auf den Markt kam und das kompakte und nicht transportable Tonbandgerät ablöste. Nun konnten Musikstücke aus dem Radio, von Schallplatten oder Tonbändern auf Kassette aufgenommen bzw. überspielt werden. Zudem distribuierten MusikerInnen ihre Musik nicht mehr nur über Schallplatten, sondern verkauften auch Kassetten. Das sogenannte „Hometaping“ war die kostengünstigste Variante, um Musik individuell zusammenzustellen, und entsprechend beliebt. Der eingebaute Verstärker und die integrierten Lautsprecher ermöglichen zudem das laute Abspielen von Musik beziehungsweise Radioaufnahmen. Die ersten tragbaren Kassettenrecorder waren größer als ein Buch und etwas kleiner als ein Kofferradio, wobei es auch Kombigeräte gab. Erst in den Folgejahren wurden die Speicher- und Abspielgeräte von Musik kleiner, leichter und vor allem deutlich handlicher. Den sogenannten *Walkman* brachte Sony 1979 auf den Markt. Er erlaubte das Hören von Musik nur über Kopfhörer und war damit das erste mobile Musikmedium, das von seiner technischen Konstruktion her eher auf die individuelle (bzw. die *traute Zweisamkeit*) und weniger auf die kollektive Nutzung von Musik in größerer Gemeinschaft ausgerichtet war. Der Besitz und die Nutzung eines *Walkman* waren in den 1980er Jahren bei jungen Menschen selbstverständlich; der *Walkman* gehörte zur Jugendkultur dieser Zeit. Parallel entwickelten sich allerdings auch neue Varianten der funktional auf kollektives Musikhören ausgerichteten Musikmedien. Ein Beispiel dafür ist der zeitgleiche Erfolg des heute legendären *Ghetto-Blasters* in den späten 1980er Jahren. Mitte der 1990er Jahre wurden mehr als 1100 verschiedene Radiorekorder- und 900 *Walkman*-Modelle gezählt (Weber 2008:25).

Zu dieser Zeit war dann auch der Compact Disc (CD)-Player als portables Gerät erhältlich. Allerdings war der sogenannte *discman* meist störanfällig und hielt Erschütterungen selten stand. Wurden CDs zu häufig gespielt bzw. außer Haus mitgenommen, zerkratzten sie mitunter. Noch dazu war es mühsam, all die CDs in Alben mit sich zu tragen. Auch der *Digital Audio Tape-(DAT) Recorder* war zeitnah nach Erfundung dieser Technologie als tragbares Gerät verfügbar. Er wurde aufgrund der besonderen Audioqualität aber eher in professionellen Medien- und Musikbereichen genutzt. Der DAT-Recorder erhielt Konkurrenz vom sogenannten *Mini-Disc-Player*, der in etwa zeitgleich eingeführt wurde. Neuere technologische Entwicklungen haben dann letztlich zur Entwicklung von *MP3-Playern* geführt, die das Sammeln, Organisieren und Abspielen von digitalen und komprimierten Audio-Formaten deutlich vereinfachten. Diese Player wurden Ende der 1990er Jahre serienmäßig auf den Markt gebracht. Als eigenständige Geräte sind sie meist kaum größer als ein Textmarker. Inzwischen sind sie aber auch in Mobiltelefone integriert; alle neueren Modelle von Mobiltelefonen können heute MP3-Dateien speichern und abspielen.



Walkman © Clemens Schwender

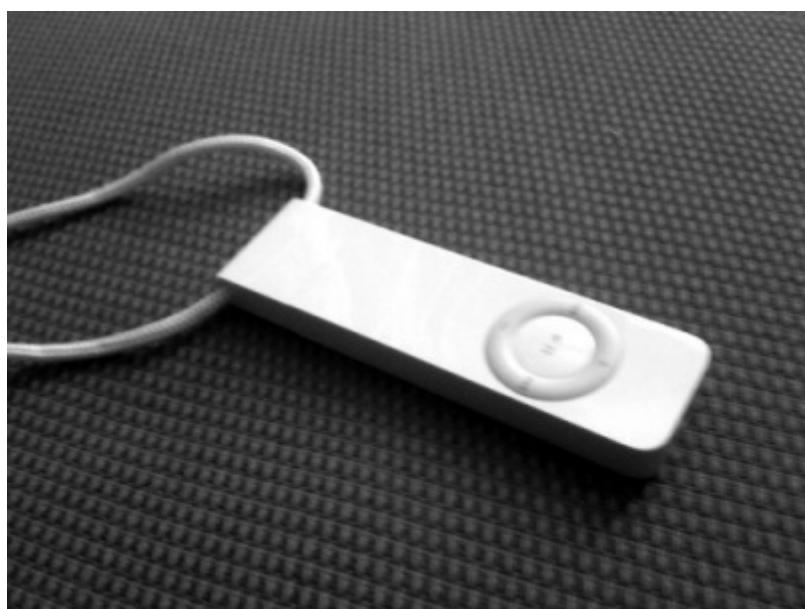
Der große Erfolg des MP3-Players ist im Prinzip eine logische Konsequenz der Digitalisierung der Musikmediennutzung durch Computer und Internet im stationär-häuslichen Bereich. MP3-Player haben den ebenso mobilen *Walkman* und *discman* nicht nur rasch hinter sich lassen können, weil sie kleiner und kompakter waren, sondern weil sie mit USB über eine komfortable Schnittstelle und über eine Festplatte verfügten, die flexibel mit den ohnehin bereits allerorts vorhandenen Musikdateien bestückt werden konnten. Als vorerst letzte Etappe in der Entwicklung mobiler Musikmedien kann gegenwärtig die zunehmende Verbreitung *internetfähiger, tragbarer Kleincomputer* wie das *Smartphone* gelten. In diesen Geräten fusionieren unterschiedlichste Kommunikations- und Rezeptionsangebote. Das wohl entscheidendste Merkmal ist, dass mit ihnen das Internet mobil zugänglich und verfügbar wird, und damit einst lebensweltlich begrenzte Ausschnitte im Medienhandeln Jugendlicher in unterschiedlichste situative und ortsungebundene solitäre und soziale Settings eingepasst werden können.

## **Musikmedien im jugendlichen Medienensemble heute**

Dass Musik und Musikmedien im Alltag junger Menschen einen großen Stellenwert haben, ist ein Allgemeinplatz, für den es kaum mehr eines Belegs bedarf. In den regelmäßigen Rankings rangieren Musik und Musikmedien fast immer weit vorn. Aktuell geben 92 % der 12- bis 19-jährigen Mädchen (Rang 1) und 88 % der 12-bis 19-jährigen Jungen (Rang 2) an, dass Musikhören „wichtig“ oder „sehr wichtig“ ist (vgl. MPFS 2011:15). So sehr schon scheinen die Lebensphase *Jugend* und das Thema *Musik* miteinander verkoppelt, dass dabei übersehen werden kann, dass diese starke Position angesichts der medialen und medienkulturellen Diversifizierung nicht selbstverständlich ist. In den vergangenen Jahrzehnten ist das Spektrum potentiell verfügbarer Medien, Medienangebote und medialer Freizeitbeschäftigungen (z.B. die sich stetig erneuernden jugendauffinen TV-Offerten wie Serien, Soaps, Shows; das sich insgesamt erweiternde Programmangebot; aktuell die Nutzung von Chat- und Onlinecommunitys wie *facebook*

u.v.a.m.) sowie an Jugend(medien)kulturen, die sich nicht allein um bestimmte Musikstile gruppieren (z.B. in den Bereichen Sport/E-sport oder Computer-/Onlinespiele), immer breiter geworden. Vor diesem Hintergrund erstaunt es eher, dass Musik trotz gestiegener medialer Konkurrenz ihren Stellenwert behaupten kann. Ausmachen lässt sich allenfalls ein Bedeutungsverlust spezifischer Trägermedien wie der CD. Selbst aber das in die Jahre geratene terrestrische Radio ist im jugendlichen Medienalltag noch präsent (vgl. MPFS 2011:20; Hartung/Reißmann/Schorb 2009:200ff.).

Die historisch relativ konstante Bedeutung von Musik und Musikmedien in den vergangenen Jugendgenerationen hat verschiedene Ursachen. Ein erster Grund ist, dass die Einführung und Verbreitung neuer Medien *ältere* nicht einfach aus dem Medienensemble verdrängt, sondern sich vielmehr die Verwendungskontexte, Sinnzuschreibungen und Funktionszusammenhänge der „alten“ Medien verändern. In der Kommunikationswissenschaft ist diese wiederkehrende Beobachtung als „Riepl'sches Gesetz“ bekannt. Im musikmedialen Bereich können wir diesen Prozess am Beispiel der Schallplatte verfolgen. Sie überlebt heute in Nischen, etwa bei MusikliebhaberInnen als nostalgisches Musikerlebnis; oder als konstitutiver Bestandteil der DJ-Kultur. Ein vergleichbarer Wandel ist beim Hörfunk auszumachen. Wurde das Radio in seinen Anfängen stärker gezielt eingeschaltet und vergleichsweise intensiv verfolgt, ist es heute nicht nur, aber vor allem als Alltags- und Begleitmedium relevant. Es grundiert Autofahrten, soziale Situationen wie das Frühstück oder auch andere Medientätigkeiten wie etwa vielfältige Netzaktivitäten oder Computerarbeiten.



iPod © Apple

Ein zweiter Grund für die konstante Bedeutung ist die Fortentwicklung und Ausdifferenzierung des Musikmedienensembles. Es verändern sich also nicht nur die Gebrauchsverhältnisse schon bestehender Musikmedien, sondern es kommen, wie oben dargestellt, auch ständig neue Musikmedien hinzu. Häufig sind es gerade musikmediale Innovationen, wie zu Beginn des Jahrtausends Apples *iPod*, die

dem medialen Wandel Impulse geben.

Ein dritter Grund für die konstante Bedeutung von Musik ist, dass Musik als *thematischer Gegenstand* ein Dreh- und Angelpunkt für Jugendliche geblieben ist, um den gruppiert sie unterschiedliche Wege und Pfade durch das konvergente und diversifizierte Medienensemble nehmen. Als Präferenz und Interesse kann Musik die Aneignung unterschiedlichster Medien wie Fernsehen, Internet oder Zeitschrift motivieren (vgl. z.B. Wagner u.a. 2004:86ff.).

Ein vierter Grund ist schließlich darin zu sehen, dass sich nicht nur die medialen Angebote ausdifferenzieren, sondern auch die kontextbezogenen Aneignungsweisen. Medien im Allgemeinen und die verschiedenen musikmedialen Ausspielwege und Abspielvarianten im Speziellen sind mosaikartig in die lebensweltlichen Alltagsvollzüge von Jugendlichen eingepasst. Oder anders: die je unterschiedlichen Medien haben *ihre* jeweils besonderen Anwendungskontexte. Einige Musikmedien kennzeichnen sich durch Kompaktheit und Mobilität; andere durch spezifische Klang- und Soundqualitäten; die nächsten durch zusätzliche Handlungsoptionen (wie z.B. individualisierte Musikabspielstationen im Internet wie *last.fm* oder Videoclipplattformen, die Kontextinformationen und Partizipationsoptionen bieten); wiederum andere, wie etwa das Radio, durch Überraschungsmomente und die Unvorhersehbarkeit des Programms.

Mobile Musikmedien haben innerhalb kleinteiliger, verästelter Medienensembles also spezifische Gebrauchsverbindungen. In den folgenden Abschnitten werden einige zentrale emotionale und soziale Facetten des Umgangs mit mobiler Musik umrissen. Zunächst einige rahmende Zahlen: Derzeit verfügen vier Fünftel der 12- bis 19-jährigen Mädchen und Jungen über einen MP3-Player oder einen ipod, mit dem sie potenziell ortsunabhängig Musik hören können (MPFS 2011:6). 96% besitzen ein Handy und mit 90% dieser Geräte lassen sich MP3-Dateien abspielen. 61% der Jugendlichen nutzen ihre Handys dafür tatsächlich (ebd.:57ff.). Seit der letzten Erhebung im Rahmen der JIM-Studie 2011 ist der Anteil der Jugendlichen, die ein Smartphone besitzen, deutlich gestiegen. Wie aktuelle Daten der Gesellschaft für Konsumforschung belegen, verfügt inzwischen bereits die „Hälfte aller männlichen Jugendlichen im Alter zwischen 16 und 19 Jahren [...] über ein Smartphone und auch unter den gleichaltrigen Mädchen liegt der Anteil bei 46 Prozent“ (GfK 2012).

## **Emotionale Bedeutung mobiler Musik**

Die Beschäftigung mit der emotionalen Bedeutung mobiler Musik ist für die Jugendmedienforschung bislang eigentlich ein Randthema geblieben. Grundsätzlich ist anzunehmen, dass das emotionale Potenzial, das dem Musikhören generell zugeschrieben wird, ebenso für mobile Musikmedien vorhanden ist und auch die neuen digitalen Ausspielwege daran nichts wesentlich ändern. Mobiles Musikhören fungiert demnach zunächst als Stimmungsregulator. Das in medienpsychologischer Perspektive auch als *Mood Management* bezeichnete Prinzip geht von einem recht funktionalistisch ausgerichteten Ansatz und der Grundannahme aus, dass Individuen generell hedonistisch veranlagt sind. Musik wird demzufolge als Mittel (unter anderen)

eingesetzt, um unangenehme Gefühlszustände zu mildern und angenehme nach Möglichkeit zu erhalten bzw. herbeizuführen. Dass das Gros der Pop- und Unterhaltungsmusik klangästhetisch schon produktionsbedingt darauf abgestellt ist, Emotionen zu wecken, qualifiziert Musik sicher zu einem besonders geeigneten Mittel für ein effektives Mood Management. Nicht zwangsläufig ein Widerspruch zur Hedonismusprämisse, zumindest auf den ersten Blick aber ein Paradox ist, dass gerade beim Musikhören jedoch ebenso Umgangsweisen bedeutsam sind, in denen Stimmungslagen wie Melancholie oder Traurigkeit ausgelebt werden und dieses Durchleben durchaus ein wichtiges Moment der Selbstauseinandersetzung und -erfahrung sein kann (vgl. Schorr/Zillmann 2009:118ff.; Beispiele aus dem Alltag Jugendlicher auch bei Hartung/Reißmann/Schorb 2009:133ff.). Für die Lebensphase Jugend ist zudem anzunehmen, dass „emotionales Involvement“ (vgl. Schramm 2001) als Form intensiven Mit- und Nacherlebens von Gefühlen, die durch Musik angesprochen oder ausgedrückt werden, einen hohen Stellenwert hat. Dafür braucht es nicht unbedingt einen konkreten Bezugspunkt, es kann der situative Genuss und das Schwelgen in der Musik sein, das zählt. Im jugendlichen Alltag ist diese Form des Umgangs aber oft auch durch sozioemotionale Ereignisse induziert wie etwa Schwärmereien, Liebeskummer und erstes Verliebtsein; oder ist Bestandteil des Aus- und Erlebens einer phasenspezifischen Gefühlshaltung (z.B. „Depri-Phasen“, „Weltschmerz“).

Gerade das mobile Musikhören mit dem Kopfhörer kann die Intensität dieses Mit- und Nacherlebens klanglich formulierter Gefühlsgestalten noch steigern. Dieter Baacke stellte zur Bedeutung des Kopfhörers für Jugendliche bereits vor 25 Jahren fest: „Augen kann man schließen, Ohren nicht: Der Sound ist überall. Gerade das macht für Jugendliche seine Stärke aus: Er ist unentrinnbar, intensiviert das emotionale involvement.“ (Baacke 1987:8) Darüber hinaus erhöht mobiles Musikhören aber auch generell die Flexibilität, im Alltag auf individuelle und bewährte Muster der Gefühlsbearbeitung mit Musik zurückzugreifen. Aus einer alltags- und lebensweltlichen Perspektive sind hier noch verstärkt Forschungsarbeiten zu wünschen, die die einzelnen Kontexte und Passungsleistungen in den Blick nehmen, mit denen Jugendliche musikhörend innere und äußere Erlebniswelten miteinander verbinden. Denn mobiles Musikhören passt zu einem jugendlichen Alltag, der unterschiedlichste Belastungen, Anforderungen sowie Höhen und Tiefen bereithält (z.B. soziale Konflikte vs. symbolisch überhöhte Freundschaftsrituale; schlechte Noten vs. schulische Erfolge), und zudem durch Wegstrecken gekennzeichnet ist, die im öffentlichen Raum und/oder öffentlichen Verkehrsmitteln zurückgelegt werden: um zur Schule oder nach Hause zu kommen, zu Freunden und Orten der Peergroup zu gelangen, den Verein, die Musikschule oder Verwandte zu erreichen. Die *richtige* Musik im Ohr kann hier geeignet sein, um sich beispielsweise emotional auf den (Schul-)Tag einzustimmen, um Erlebtes zu genießen, um sich Tagträumen hinzugeben, Verweil- und Fahrtzeiten zu überbrücken, Langeweile zu vertreiben oder Belastungen zu kompensieren (vgl. Hartung/Reißmann/Schorb 2009:126ff.).

Theoretisch sind mobile Musikmedien vor diesem Hintergrund auch als Mittel der *Alltagsästhetisierung* zu begreifen. Über ihr musikalisches Tun gestalten Jugendliche ihren Eindruck der äußeren Realität mit. Für das Subjekt besteht diese nicht unabhängig vom eigenen Erleben, sondern ist das Produkt unterschiedlicher visueller, taktiler, olfaktorischer Eindrücke sowie des gewählten Musik- und Soundteppichs als

Erlebnisgrundierung. Die synästhetischen Qualitäten dieses Verwebens von innerer und äußerer Realität, noch dazu unter den Bedingungen von Mobilität und des beständigen Orts- und Szenenwechsels, sind kaum untersucht. Anzunehmen ist, dass insbesondere beim (lauten) Hören mit Kopfhörern innere Erlebniswelten dominieren können, bis dahin, wie Untersuchungen zum Phänomen der *Inattentional Blindness* beim mobilen Telefonieren zeigen, dass die äußere Umwelt nur noch eingeschränkt wahrgenommen wird (vgl. Höflich 2011:101ff.; Hyman et al. 2010). Von diesem Extrem ausgehend sind indes ganz unterschiedliche Durchlässigkeiten, Kombinationen und Flüsse von Sinneseindrücken sowie individuelle Balancierungen zwischen Innen und Außen mitzudenken. Ein Beispiel dafür ist das verbreitete Hören mit nur einem Knopf im Ohr.

## **Soziale Bedeutung mobiler Musik**

Folgt man dem Autor Josef Engels, so „lernte die mobile Gesellschaft [mit dem Walkman] laufen“. Zumindest in den ersten Jahren nach seiner Einführung musste der Walkman für Außenstehende ein ungewöhnliches Gerät gewesen sein, das die Grenzen zwischen Privatheit und Öffentlichkeit verwischte (vgl. du Gay [u.a.] 1997:115ff.). Das galt für den (unpassenden) *Ort* des Musikhörens im öffentlichen Raum wie für die (unangemessene) *Art und Weise*, dies mit dem Kopfhörer zu tun. Physisch präsent und doch abwesend löste der Kopfhörende „die objektive Situation durch eine subjektiv konstituierte ab“, stellte „im Fluß der Musik“ eigenwillige Synthesen von Orten und Situationen her und machte sich selbst zu „Mittelpunkt und Schaltstelle seiner Welt“ (Heinze 1991:151ff., Hervorhebung i. Orig.). Menschen mit Kopfhörern schienen eine gewisse Form von Asozialität zu verkörpern und die Sinnesgemeinschaft zu irritieren (vgl. Schönhammer 2002:183). Als negative Folgen der Nutzung wurden neben möglicher Hörschäden vor allem die „autistische Vereinzelung“ (Engels) der Menschen thematisiert. Da die HörerInnen jenseits der Gegenwart in anderen Sphären offenbar absorbiert waren, bestand der Eindruck, dass sie sich den Anwesenden verweigerten. Die Aneignung des *Walkmans* stellte insofern einen Affront gegenüber tradierten Normen und Verhaltensregeln des öffentlichen Miteinanders dar, sein Gebrauch kann auch insofern als stiller und subtiler Protest gegenüber sozialer Kontrolle und Vereinnahmung interpretiert werden. Nicht zuletzt aus diesen Gründen avancierte er zu einem Kultobjekt jugendlicher Distinktion, der weit über seine Funktion als Musikabspielgerät hinaus als Symbol von Freiheit und Individualität galt (vgl. Weber 2008).

Zumindest die distinktive Funktion gegenüber Erwachsenen hat das mobile Musikhören heute weitgehend verloren: Kaum ein Passant dreht sich mehr um, wenn ein Jugendlicher mit Kopfhörern um die Ecke biegt; der *Knopf im Ohr* gehört selbstverständlich zum öffentlichen Raum und ist längst keine Domäne junger Menschen mehr. Dessen ungeachtet bleiben grundsätzliche soziale Funktionen: Mobile Musikmedien wie der MP3-Player bieten etwa die Möglichkeit, die Anteilnahme an sozialen und öffentlichen Situationen individuell auszubalancieren, vor allem weil sie es möglich machen, sich partiell zurückzuziehen und über das Musikhören Distanz zum Geschehen zu gewinnen und auch nach außen zu zeigen.

Markengeräte wie z.B. der *iPod* oder das *iPhone* von Apple signalisieren zudem nicht nur Konsumkraft, sondern sind Lifestyle-Produkte. Es ist Jugendlichen in der Regel nicht gleichgültig, welches portable Abspielgerät sie mit sich führen, und inwieweit sie dieses für andere sichtbar machen. Gleiches gilt für die Auswahl und das Tragen der Kopfhörer. So gibt es diverse In-Ear-Kopfhörer, die sich in Form und Farbe sowie im Tragekomfort und nicht zuletzt in der Tonqualität unterscheiden. Wiederum wird wohl auch die Entscheidung für oder gegen auffälligere Bügelkopfhörer nicht unbewusst erfolgen. Das Musikhören wird schlichtweg mit der Wahl der Kopfhörer und der Geräte gern auch inszeniert. Es werden so zudem verschiedene Nutzertypen erkennbar, die darauf schließen lassen, wie wichtig oder unwichtig einem das Equipment ist, ob man eher pragmatisch Musik rezipiert oder mit großer Hingabe und Leidenschaft. Ferner spielt für die alltägliche Identitäts- und Beziehungsarbeit auch das mit sich geführte Musikrepertoire eine Rolle sowie die Anzahl der Musikdateien, die man auf seinem Gerät geladen hat. Die Fülle an Musik, die man mit sich führt, zeigt, wie bedeutsam einem (die) Musik und inwieweit man Experte ist.

Die vor allem in den 1980er Jahren virulente Diagnose der Vereinzelung der NutzerInnen von mobiler Musik war indes schon damals wenig überzeugend, denn prinzipiell möchten Menschen ihr Musikerleben gern auch mit anderen teilen beziehungsweise möchten Jugendliche insbesondere ihre Freunde und Freundinnen in der einen oder anderen Weise daran teilhaben lassen. Besteht zwar allgemein der Eindruck, dass das öffentliche mobile Musikhören allein erfolgt und jeder bei dieser Beschäftigung für sich ist, so ist doch häufig zu beobachten, dass Jugendliche auch in Gruppen unterwegs einerseits individuell Musik hören, andererseits dennoch dabei mit anderen kommunizieren, mit Gesten, Mimiken und rhythmischen Bewegungen und sich auch hin und wieder über das Gehörte austauschen. Zudem wird Musik unterwegs getauscht und einander vorgestellt.

Konfliktpotentiale und Reibungsflächen ergeben sich heute denn wohl eher dergestalt, dass aktuelle Integrationsmedien wie Handy und Smartphone immer öfter über vergleichsweise leistungsfähige Lautsprechersysteme verfügen. Sie machen damit lautstarke und raumgreifende Abspielpraktiken möglich, die zuvor weitaus größere Geräte voraussetzten. Freilich diente schon der Ghettoblaster der 1980er Jahre der bewussten öffentlichen Inszenierung nach außen und der Teilhabe und dem Gemeinschaftserleben der Gruppe nach innen. Eine Präferenz für bestimmte Musikgenres ließ Rückschlüsse auf soziokulturelle Verortungen zu. Der Ghettoblaster verhalf nicht nur manchem Streetdancer zu Ruhm, sondern sorgte mit seinem zumeist basslastigen Sound für Stimmung bei Reiseunternehmungen oder Open-Air-Partys. Diese Funktion scheint heute auf die miniaturisierten Varianten übergegangen zu sein, wobei die Klang- und Tonqualität der Kleingeräte bisher deutlich schlechter als die der Ghettoblaster ist. Gemeinsam ist den Praktiken aber damals wie heute, dass das mobile Musikhören dazu dient, Sozialräume anzueignen, soziale Situationen zu untermalen und über den musikalischen Rahmen einen gemeinschaftlich geteilten Erlebnisraum herzustellen. Nach außen kann das gleichermaßen bedeuten, dass akustisch Grenzen gezogen und Territorien situativ abgesteckt werden. Im größeren Zusammenhang ist dieses nach außen gerichtete Musikhören zudem Bestandteil von „akustischen Ökologien“ und „Soundscapes“ (Höflich 2011:173ff.), die auch in anderer Hinsicht, etwa durch die omnipräsenten Klingeltöne und die individuellen Erkennungsmelodien der Mobiltelefonie gegenwärtig eine Überformung erfahren.

## **Universal mobile Musik - ein Ausblick**

Zusammenfassend kann zunächst festgehalten werden, dass Musik schon seit langer Zeit über verschiedene Abspielgeräte mobil verfügbar gewesen ist und sich mithin „nur“ die Speicher- und Distributionsapparate verändert haben. Mobile Musik an sich ist keine Neuheit, sie konnte durch technisch-mediale Innovationen jedoch immer einfacher, besser und mitunter unauffälliger genutzt werden. Die Digitalisierung von Musik impliziert, so Münch (2008), ihre Entmaterialisierung, d.h. Musikaufnahmen sind nicht physisch, sondern nur noch als digitale Datei oder Titel in einer Musikdatenbank verfügbar. Mobile Musik ist dadurch individueller geworden, und das Bestücken der Speichermedien verlangt deutlich weniger Zeit und Aufwand. Musste man früher Musik in Echtzeit aufnehmen oder überspielen, so erfolgt die Einspeisung der komprimierten Dateien heute über USB, Bluetooth oder via Internetverbindung mit deutlich niedrigerem Aufwand. In Zeiten zunehmender Beschleunigung sowie der Schnelllebigkeit und Variabilität von Gütern und Werten scheint der technische Akt der Auswahl, des (Ab-)Speicherns und der prompten Verfügbarkeit von Musik logisch und zeitgemäß zu sein. Künftig wird die jeweilige Speicherkapazität der Geräte auch kaum noch eine Rolle spielen, da komfortable und zuverlässige Breitbandtechnologien den Zugriff auf die eigene Cloud oder verschiedene Online-Musikdienste ermöglichen. Die Online-Musikdienste fungieren wie eine Art jukebox, die Millionen Songs im Programmangebot hat (spotify derzeit etwa 16 Millionen).



I-phone © Apple

Mit der aktuell zu beobachtenden Durchdringung mit Smartphones oder Tablet PCs kann eine qualitative Veränderung des Musikumgangs und des Erlebens von Musik verbunden sein, muss sie aber nicht

zwingend. Denn mit ihnen wird nicht nur einfach die Funktionalität des Musikhörens auf eine neue technische Basis gestellt, sondern es erweitern und vernetzen sich Handlungsoptionen, die bislang weitgehend auf den häuslichen bzw. stationären Gebrauch begrenzt waren. Das Internet ist jetzt mobil verfügbar und mit ihm all die Medienumgangsweisen, die jugendliches (Musik-)Medienhandeln schon seit Jahren prägen: vor allem die Nutzung von Onlinecommunitys, von Videoclipplattformen sowie von Instant Messenger-Services, nicht nur als Mittel kommunikativer Interaktion, sondern auch als Warentransportbänder, mit denen sich z.B. Audio-, Bild- und kleine Videodateien problemlos verschicken lassen, ohne dass – eine Flatrate vorausgesetzt – Zusatzkosten entstehen. Zur Frage, was mit diesen Multifunktionsgeräten letztendlich realisiert wird, liegen bislang nur wenige Ergebnisse vor. Fest steht, dass die mobile Nutzung von Onlinecommunitys wie *facebook* wichtig ist. Verstehen wir die Nennungen zu den wichtigen „Apps“ (Programme, deren Installation das Funktionsspektrum des Smartphone individualisiert) als Indizien für erweiterte Handlungsoptionen im Bereich mobiler Musikmedienaneignung, stehen speziell musikbezogene Angebote wie Apps von „Videoportalen“ (14%) oder „Musik-Apps/Player“ (14%) – zumindest im statistischen Mittel – noch nicht im Vordergrund (vgl. MPFS 2011:59). Musik-Streaming-Software wie etwa *spotify* setzt sich in Deutschland bislang auch nur zögernd durch, da noch keine finalen Vereinbarungen mit der GEMA über die Vergütung von Musikschaffenden getroffen worden sind und einige Angebote auch einen *facebook*-Account voraussetzen bzw. daran geknüpft sind oder noch kostenpflichtig sind.

In welche Richtung die Entwicklungen tatsächlich gehen, bleibt also zu beobachten. Als Potenzial ist mindestens zu berücksichtigen, dass sich über die neuen Handlungsoptionen das bislang primär auditive Musikerlebnis zu einem multimodalen und multimedialen Erlebnis ausweiten kann, in dem Musik/Ton, Bild, Text und Video gemeinsam und/oder aufeinander bezogen angesteuert, wahrgenommen und verarbeitet werden. Nicht nur Sinneseindrücke der äußeren Umwelt verbinden sich mit der Musik, sondern die Mediennutzung selbst wird komplexer. So werden durch die nahezu kontinuierliche Netzverfügbarkeit beispielsweise Musikvideoclips und Portale wie *YouTube* an allen Orten ab- bzw. aufrufbar. Sicher besteht eine Funktion des (reinen) Musikhörens gerade in der Begleitung und darin, dass es Aufmerksamkeitsressourcen für andere Dinge und Wahrnehmungen lässt. Gleichwohl ist nicht unwahrscheinlich, dass sich die Ästhetiken der Außenwelt wie die Bushaltestelle, die Straßenecke, der Bolz- oder Sportplatz durch die Klanginszenierungen verändern. Das gemeinschaftliche Anhören und Ansehen von Videos von Bands und Musiker/innen, aber auch von Eigen- und Amateurproduktionen, von jugendkulturellen Tanzperformances und Choreographien bietet zudem Anschlusspotenziale: als Gegenstände der Kommunikation, des kollektiven Amusements oder als Impuls für spontane Einlagen und situative Performances, die wiederum audio-visuell dokumentiert und ins Netz gestellt, von anderen rezipiert, kommentiert und als Anstoß genommen werden können.

Musik und Musikvideos, die Jugendliche ohnehin im Netz als Stream anhören und ansehen, können ferner dem erweiterten Freundes- und Bekanntenkreis mit dem Versenden eines Links oder eines Posts oder der Teilung über Musik-Streaming-Programme augenblicklich und translokal zugänglich gemacht werden; verbunden etwa mit dem Hinweis auf den momentanen Aufenthaltsort, die konkrete Situation im Alltagsvollzug oder die eigene Verfassung und Gemütslage. Populärmusik wird mit ihren besonderen emotionalen Qualitäten so vielleicht Bestandteil einer multimodalen interpersonalen Kommunikation, in der

das Wort nur ein Mittel im Verbund von vielen ist und es womöglich nicht mehr ausreicht, zu sagen, wie man sich fühlt, sondern das eigene Erleben über alternative und ergänzende symbolische Formen nicht nur rational teilbar und nachvollziehbar gemacht wird, und über die (musik-)mediale Kommunikationskomponente vielmehr tatsächlich ein gemeinsamer imaginärer medialer Erlebnisraum aufgespannt wird, in den andere translokal *eintreten* können, und durch den sie, vermittelt über ähnlich inkorporierte Interpretations- und Erlebnismuster, vergleichbare Erfahrungen machen können. Schon jetzt ist mindestens die Tendenz erkennbar, dass es vielen jungen Menschen wichtig ist, anderen und situativ abwesenden FreundInnen und Bekannten instantan den Fluss und den Gang durch die eigene Lebenswelt kenntlich zu machen. Hier ergeben sich nicht zuletzt neue Möglichkeiten, nichtmediales musikalisches Erleben (z.B. Konzert, Party, Club) bildlich und /oder audiovisuell zu dokumentieren und AdressatInnen im persönlichen Netzwerk augenblicklich zugänglich zu machen.

Festzuhalten ist, dass universal mobil verfügbare und präsente Musik, ihre Nachfrage und funktionale Bedeutung sowohl im Alltag als auch für die individuelle Entwicklung und gesellschaftliche Teilhabe im Jugendalter in den kommenden Jahren ein interessanter und zugleich komplexer Forschungsbereich werden wird. Es bleibt zu hoffen, dass vor allem handlungsorientierte Ansätze der Medienaneignungsforschung konkrete Ressourcenpotentiale von mobiler Musik im Jugendalter werden aufzeigen können. Zwar mangelt es in der Jugendmedienkultur- und -sozialisationsforschung nicht an Studien, die sich mit der Rolle und Funktion von populärkultureller Musik im Allgemeinen beschäftigt haben, aber die mobile Aneignung von Musik ist bisher nicht systematisch analysiert worden.

---

## Verwendete Literatur

- Baacke, Dieter (1987):** Musik- und Jugendszene. Zur Bedeutung der Pop-Kultur. In: medienpraktisch 11. Jg., 3/1987, 4-9.
- Du Gay, Paul/Hall, Stuart/Janes, Linda/Mackay, Hugh/Keith, Negus (1997 ):** Doing Cultural Studies. The Story of the Sony Walkman. London u.a.: Sage Pubn Inc.
- Engels, Josef (2004):** „25 Jahre Walkman“. In: WELTONLINE v. 9.8.2004: [http://www.welt.de/print-welt/article333000/25\\_Jahre\\_Walkman.html](http://www.welt.de/print-welt/article333000/25_Jahre_Walkman.html) (letzter Zugriff am 1.5.2012).
- GfK - Gesellschaft für Konsumforschung (2012):** Pressemitteilung vom 05.04.2012. Fast jeder zweite Jugendliche nutzt Smartphone. Studie der GfK zu mobilen Endgeräten: [http://www.gfk.com/imperia/md/content/presse/pressemeldungen\\_2012/20120...](http://www.gfk.com/imperia/md/content/presse/pressemeldungen_2012/20120...) (letzter Zugriff am 12.04.2012).
- Hartung, Anja/Reißmann, Wolfgang/Schorb, Bernd (2009):** Musik und Gefühl. Eine Untersuchung zur gefühlsbezogenen Aneignung von Musik im Kindes- und Jugendalter unter besonderer Berücksichtigung des Hörfunks. Berlin: Vistas.
- Heinze, Theodor T. (1991):** Spektakel unterm Kopfhörer. Zur Psychologie collagierten Klanges. In: Psychologie und Geschichte, Jg. 2 (1991), H. 3, 150-158.
- Hoffmann, Dagmar/Schmidt, Axel (2008):** „Geile Zeit“ oder „Von hier an blind“ – Bedeutung und Potenziale musikalischer Erprobungen im Jugendalter am Beispiel der Aneignung von Populärmusik. In: Zeitschrift für Soziologie der Sozialisation und Erziehung (ZSE), 28. Jg., 3/2008, 283-300.
- Höflich, Joachim R. (2011):** Mobile Kommunikation im Kontext. Studien zur Nutzung des Mobiltelefons im öffentlichen Raum. Frankfurt/M. u.a.: Peter Lang.
- Hyman Jr., Ira E. et al. (2010):** Did You See the Unicycling Clown? Inattentional Blindness while Walking and Talking on a Cell Phone. In: Applied Cognitive Psychology 24/2010, 597-607.
- Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hrsg.) (2011):** JIM 2011. Jugend, Information, (Multi-)Media. Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland. Stuttgart.
- Münch, Thomas (2008):** MP3. Eine technische Innovation und ihre (musikkulturellen) Konsequenzen als Thema im Musikunterricht. In: Bäßler, Hans/Nimczik, Ortwin (Hrsg.): Stimme(n). Kongressbericht. 26. Bundesschulmusikwoche in Würzburg 2006 (114-130). Mainz.
- Schönhammer, Rainer (2002):** Walkman. In: Bruhn, Herbert/Oerter, Rolf/Rösing, Helmut (Hrsg.): Musikpsychologie. Ein Handbuch (181-187). Reinbek b. Hamburg: Rowohlt Taschenbuch.

**Schorr, Angela/Zillmann, Dolf (2009):** Gefühle, Musik und paradoxe Stimmungsregulation bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen. In: Schorr, Angela (Hrsg.): Jugendmedienforschung. Forschungsprogramme, Synopse, Perspektiven (91-140). Wiesbaden: VS.

**Schramm, Holger (2001):** Unterhaltungsmusik – Musik zur Unterhaltung. Terminologische und funktionelle Annäherung an eine omnipräsente Musikkategorie. In: Zeitschrift für Medienpsychologie, 13, 3/2001, 125-137.

**Wagner, Ulrike/Theunert, Helga/Gebel, Christa/Lauber, Achim (2004):** Zwischen Vereinnahmung und Eigensinn. Konvergenz im Medienalltag Heranwachsender. Erster Untersuchungsabschnitt zur Studie „Umgang Heranwachsender mit Konvergenz im Medienensemble“. München.

**Weber, Heike (2008):** Das Versprechen mobiler Freiheit. Zur Kultur- und Technikgeschichte von Kofferradio, Walkman und Handy. Bielefeld: transcript.

## Anmerkungen

Dieser Text wurde im Zuge der Veröffentlichung auf der Wissensplattform formal angepasst und erschien erstmals in: [Roeder, Caroline \(2012\): Kinder- und Jugendliteratur & Musik. kjl&m - forschung.schule.bibliothek 12. extra: Blechtrommeln \(29-40\).](#) München: kopaed.

## Zitieren

Gerne dürfen Sie aus diesem Artikel zitieren. Folgende Angaben sind zusammenhängend mit dem Zitat zu nennen:

Wolfgang Reißmann , Dagmar Hoffmann (2015 / 2012): Knopf im Ohr >> Geschichte und Gegenwart mobiler Musik im Jugendalter. In: KULTURELLE BILDUNG ONLINE:

<https://www.kubi-online.de/artikel/knopf-ohr-geschichte-gegenwart-mobiler-musik-jugendalter>

(letzter Zugriff am 14.09.2021)

## Veröffentlichen

Dieser Text – also ausgenommen sind Bilder und Grafiken – wird (sofern nicht anders gekennzeichnet) unter Creative Commons Lizenz cc-by-nc-nd (Namensnennung, nicht-kommerziell, keine Bearbeitung) veröffentlicht. CC-Lizenzvertrag:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.0/de/legalcode>