

Landesgruppentreffen und Fachtagung der GMK -NRW am 11. Juni 2010
im JFC-Medienzentrum in Köln

ALLES GAGA?! - Popmusik in digitalen Zeiten

Was früher die heiß geliebte Plattensammlung war, ist heute die mobile iPod-Bibliothek. Während in den 1960ern alle Welt nach Swinging London schaute, spielt die Musik von heute im Netz: Stars und Sternchen, Kunst und Kommerz, Konsumenten und Produzenten, die gesamte Musikszene präsentiert sich in virtuellen Welten.

Wenn jeder Musikgeschmack jederzeit von jedermann per click & buy verfügbar ist – ist dann Popkultur überhaupt noch eine Gegenkultur wie „in den guten alten Zeiten“?

Auf jeden Fall hat Musik in der Jugendsozialisation noch immer einen zentralen Stellenwert. Onlineplattformen wie YouTube, MySpace, Facebook, schülerVZ, u.s.w. boomen und bieten Jugendlichen neue Formen kultureller Ausdrucksmöglichkeiten. Bietet diese neue Vielfalt auch neue Qualitäten?

Um diese Fragen ein Stück weit zu beantworten, waren zwei Referenten und eine Referentin eingeladen und ein multimediales interkulturelles Praxisprojekt wurde präsentiert.

I-Tunes und Live-Geschäft im digitalen Zeitalter

Den Anfang machte der Musikjournalist Wolfgang Frömberg aus Köln zur Frage: „War analog besser? Zur Rezeption und Distribution von Popmusik im digitalen Zeitalter.“ Frömberg ist seit mehr als zehn Jahren Mitarbeiter bei den Zeitschriften „Intro“ und „Spexx“. Er berichtet, dass ungefähr seit dieser Zeit der Musikmarkt rückläufig sei. Der Umsatz von 2008 bewegte sich auf dem von 1987. Mit dem Wachsen der Online-Kommunikation stieg auch die Krise des Print-Journalismus. Im Internet kann man als Journalist kein Geld verdienen, Anzeigen fallen weg. In den 90ern wuchs die Chance, im Internet eigene Kunst oder eigene Musik zu vertreiben. Tauschbörsen wie „Napster“ florierten. Dann wurde versucht, das Internet zu kommerzialisieren und kostenlose Musik-Downloads zu verhindern (I-Tunes etc.) Es wird nicht weniger Musik gehört, aber weniger gekauft und die Demokratisierung erzeugt ein Überangebot. Die scheinbare Freiheit wird damit erkaufte, kein Geld mehr verdienen zu können. Heute kostet z.B. eine Napster-Flatrate 19,90 € pro Monat und erlaubt den Zugriff auf Millionen von Titeln. Gleichzeitig besteht aus medienpädagogischer Sicht die Gefahr, dass sich viele junge Menschen unter der Überschrift „lebe deinen Traum...vom Musik-Star“ unrealistische Hoffnungen machen. Denn um z.B. den Mindestlohn in

den USA von 1160 \$ zu verdienen, muss man 163 Tonträger pro Monat verkaufen, oder 1.300 downloads bei I-Tunes. Einige Bands versuchen, neue Zielgruppen zu erreichen. So tourte beispielsweise die Band "Karpatenhund" durch Grundschulen. Die Punk-Band "Tödliche Doris" gab z.B. eine Platte in Gebärdensprache heraus und ist beliebt unter Gehörlosen.

Kleine Plattenläden gehen kaputt, es sei denn, sie spezialisieren sich auf Extreme und haben einen eigenen Vertrieb.

Zugenommen hat zwangsweise das Live-Geschäft. Bands spielen zusammen, die es gar nicht mehr gibt. Live-Konzerte haben zwar zugenommen, erhöhen jedoch nicht den Gesamtverdienst.

Das Musikfernsehen wiederum erlebt im Internet eine Renaissance: der Internetsender "Puttpat" ist eine Kooperation der Musiklabels und versorgt den Konsumenten mit kunstvollen Musikclips für jeden Geschmack, von Rock bis Pop.

Jugend und Musik 2010

"Zwischen Last.fm, Singstar, Musik-App und Youtube - Musiksozialisation in digitalen Welten"- so war der Vortrag von Wolfgang Reißmann von der Universität Erfurt überschrieben. Noch vor nicht allzu langer Zeit hatte Musik für die junge Generation die Funktion einer Gegenkultur. Man wollte ein Stück weit provozieren und sich von den Erwachsenen abgrenzen. Heute, wo sich die Musiksozialisation von Jugendlichen überwiegend in digitalen Welten abspielt, "ändert sich nicht alles aber einiges schon". Geliebt sind Entwicklungsaufgaben wie Identitätsarbeit und Gefühlsmanagement. "Musik gehört dazu wie Nahrungsmittel", so ein 15jähriger. In Zeiten von Internet, Medienkonvergenz und sozialen Netzwerken im Web2.0 heißt die Reihenfolge: Hören, lesen und sehen- speichern- machen - vernetzen. Das Internet wird zu einem Popkulturarchiv: Daten werden zu jeder Zeit und an jedem Ort verfügbar. Die soziale Vernetzung in Blogs etc. funktioniert als translokale Vergemeinschaftung. Die Jugendlichen von heute tummeln sich in mehreren Netzwerken, in verschiedenen "Sinnprovinzen" und bilden Patchwork-Identitäten aus. Die "Szene" gibt es nicht mehr, man ist lokal und global vernetzt und zeigt seine eigene Profilseite im Netz.

Der gesamte Vortrag von Wolfgang Reißmann ist als PDF angehängt.

Was macht der Jugendschutz?

"Jugendschutz versus Gangsta-Rap". Birgit Carus, juristische Referentin bei der Bundeszentrale für jugendgefährdende Medien (BZjM),

informiert über die Arbeit der Zentrale, die überwiegend analoge Musik, Printmedien, Tonträger, Bildträger, Computerspiele und Brettspiele indiziert. Antragberechtigt sind die Jugendbehörden. Die Vorsitzende und acht Beisitzer indizieren Medien, wo es um Volksverhetzung, Rechtsextremismus, der Leugnung des Holocausts, Sodomie und Sex mit Kindern geht.

Was das Internet angeht, so gibt es eine Filtersoftware, die zusammen mit der Freiwilligen Selbstkontrolle Medien (FSM) entwickelt wurde. Damit werden gesperrte URL-Adressen gefiltert und landen auf einer "black list". Suchmaschinenbetreiber, die der FSM angehören, haben sich verpflichtet, sich an diese Liste zu halten.

Die BZjM agiert in einem engen festgelegten gesetzlichen Bereich und kooperiert mit der Einrichtung von Jugendschutz.net. Diese wiederum arbeiten auch mit ausländischen Einrichtungen des Jugendschutzes zusammen.

Musikgenres mit jugendgefährdenden Inhalten sind

- Rechtsrock. Musikvideos, die zum Rassenhass aufrufen, sind auf allen Web2.0-Plattformen zu finden
- HipHop, Gangsta-Rap mit Themen wie Gewalt und Diskriminierung, Sex
- Reggae, oft schwulenfeindlich

Passend dazu gibt es digitale Porno-Rap- Magazine wie "fish n`grits", deren Herausgeber Camille Evans die Meinung vertritt " Wir haben jahrelang Sex benutzt, um Musik zu verkaufen. Nun benutzen wir die Musik, um Sex zu verkaufen."

Auch den Beitrag von Birgit Carus gibt es als Anhang.

Musik überwindet Grenzen

Zum Abschluss der Tagung stellt Sascha Düx vom JFC-Medienzentrum das Projekt "Roots and routes" , das er schon seit vielen Jahren begleitet. Es ist ein multimediales, internationales Jugend-Medienprojekt an der Schnittstelle von Tanz, Musik und Medien und findet als "urban media Festival" in unterschiedlichen Städten statt. Jugendliche aus vielen europäischen Ländern mit Vorerfahrungen nehmen daran teil. Heraus kommen in kürzester Zeit z.B. frische, freche und überzeugende Musikproduktionen. Inzwischen ist das Projekt zu einem internationalen Netzwerk angewachsen. Ergebnisse sind zu sehen, zu hören und zu lesen unter www.rootsnroutes.tv oder unter www.jfc.info/projekte-id1.

