

Elisabeth Hofer,

Musikverhalten, Medienkonsum und soziales Handeln bei Jugendlichen: Die Änderung des Kommunikationsverhaltens in Zusammenhang mit den neuesten Musiktechnologien

(Diplomarbeit 2008)

In zahlreichen Studien wird bestätigt, dass Jugendliche Musik- und Medientechnologien nutzen, um sich in der Gesellschaft bzw. in einer bestimmten Peer-Gruppe zu sozialisieren. Musikgeräte und die Musik selbst nehmen für sie einen hohen Stellenwert in ihrer Freizeit ein, für viele ist Musik sogar das Wichtigste im (Freizeit-)Leben. In dieser Studie wurden verschiedene Zusammenhänge zwischen Musikverhalten, Medienkonsum und sozialem Handeln aufgezeigt. Wie sich das zwischenmenschliche Kommunikationsverhalten Jugendlicher explizit geändert hat, konnte nur am Rand demonstriert werden. Jugendliche hören in verschiedenen Situationen Musik. Manche nutzen Musik, um mit den Anforderungen der Umwelt zurechtzukommen, andere betreiben Sport, um sich abzureagieren. Der Umgang mit Musik und Musiktechnologien ist ein vielfältiger und vor allem sehr individueller. Ebenso konnte das Kommunikationsverhalten der Jugendlichen nur in Bezug auf Musik beschrieben werden, nicht aber die Auswirkungen der Technisierung auf der Ebene der sprachlichen und nicht-sprachlichen Kommunikation. Der in der Untersuchung bestätigte Rückgang des aktiven Musizierens bezieht sich hauptsächlich auf traditionelle Instrumente, kaum aber auf das computerorientierte intermediale Musizieren. Auch das Erstellen einer Playlist für den iPod oder MP3-Player, das Zusammenmischen verschiedener Stücke oder das Downloaden bestimmter Musik kann aber als aktive Arbeit mit Musik angesehen werden. Wo hier die Grenzen zwischen Produktion und Rezeption liegen, ist unklar. Die Jugendlichen der 2000er Generation haben andere Instrumentarien zur Verfügung und weisen daher ein verändertes Musizierverhalten auf. Nicht abschätzbar sind des Weiteren die technologische Weiterentwicklung und die damit einhergehenden sozio-ästhetischen Änderungen. Kommunikation wird immer weiter aus dem zeitlich-örtlichen Kontext gelöst und digitalisiert. E-Mail, SMS, Chat oder Skype ermöglichen eine ständige Verfügbarkeit und fördern zugleich auch die Hektik des Alltags und den Rückgang der (medienlosen) Freizeit. Durch das situative Hören wird der Mediatisierungsprozess um den Moment und die Stimmung bereichert. Der Musikkonsum ändert sich durch die Verfügbarkeit: die individuellen Bedürfnisse können jederzeit gestillt werden. Die Jetzt-Stimmung wird je nach Bedarf affirmiert oder korrigiert und gleichzeitig revidiert, da die Bedürfnisse immer mehr werden. Die Emotion steht im Vordergrund, nicht die Ratio. Dass Kommunikation sich noch weiter von der Körperlichkeit entfernt, ist jedoch nicht zu hoffen, denn Kommunikation soll nicht nur Inhalt, sondern hauptsächlich Emotion vermitteln. In vielen Fällen hat die Musik diese Rolle des Emotionsvermittels über die Musiktechnologien schon übernommen, doch ist sie kein adäquater Ersatz für menschliche Nähe und Zuwendung.