

DAS MUSIKSCHAFFENDE SUBJEKT IM HISTORISCHEN WANDEL: VOM KÜNSTLER-IDEAL ZUM KREATIV- UNTERNEHMERISCHEN SELBST

Steffen Just

Eine Historiographie von Musik sollte sich der Frage annehmen, wie sich für Musikschafter ein historisch spezifischer Zugang zu ihrer Praxis eröffnet. Dieser Zugang ist verbunden mit einem Verständnis des eigenen Selbst, also der Frage, wie die oder der Einzelne einen Sinn für eine eigene Identität als Musikschafter/erlangt. Einige Ansätze in der Musikforschung sind dieser Frage durch ethnographische Untersuchungen nachgegangen. Anhand von Interviews und Beobachtungen im Feld erfolgte hier eine Rekonstruktion wesentlicher Selbstkonzepte der Musikschafter (vgl. etwa Becker 1966: vf.; Finnegan 1989; Shank 1994; Green 2002; Reitsamer 2013). Dieser Ansatz wählt eine andere Perspektive: Statt einen Blick auf konkrete (Einzel)Fälle zu werfen, wird nach dem musikschaftern Subjekt als kulturelle Form (im Sinne einer kollektiv symbolischen Ordnung) gefragt. Eingelassen in spezifische historische und sozial-kulturelle Kontexte ist diese stets im Wandel begriffen. Der erste Teil dieses Aufsatzes skizziert die historischen Entstehungs- und Wandlungsprozesse unterschiedlicher Subjektformen des Musikschafterns in ihren Konturen. Der nähere Fokus liegt dabei auf den unterschiedlichen Subjektentwürfen der populären Musik, bei der mich insbesondere ein jüngerer und aktueller Entwurf interessiert, dem in der Musikforschung bisher kaum Beachtung geschenkt wurde, obwohl er – so meine These – für gegenwärtige Formen des Musikschafterns von erheblicher Bedeutung ist. Dieses musikschaftern Subjekt, das hier als *kreativ-unternehmerisches Selbst* bezeichnet werden soll, wird in der zweiten Hälfte herausgearbeitet. Dies geschieht empirisch am Beispiel von Ratgebern für Musikschafter, die einer Lektüre unterzogen werden, um am Ende einige

wesentliche Konturen des kreativ-unternehmerischen Selbsts festhalten zu können.

Subjekt

Ich verstehe das Subjekt im Sinne einer genealogischen Perspektive als Produkt aus historisch und kulturell spezifischen Diskurs-Praktiken-Komplexen.¹ Diese Diskurs-Praktiken-Komplexe produzieren Vorstellungen und Normen davon, welche wesentlichen Eigenschaften ein Subjekt hat bzw. haben sollte und wie die oder der Einzelne sich modellieren und sich selbst verstehen muss, um eine vollwertige und zufriedenstellende Form des Daseins (in diesem Fall: als Musikschafter oder Musikschafterin) zu erlangen (vgl. Butler 2003a: 31). Das Subjekt bildet demnach keine autonome, souveräne Instanz. Es kann sich niemals aus eigener Kraft heraus hervorbringen, sondern ist diskursiven Machtstrukturen oder Wahrheitsregimen, die es selbst nicht geschaffen und gewählt hat, unterworfen (vgl. Foucault 1982: 212). Erst durch diese Unterwerfung ›gewinnt‹ es überhaupt seine Möglichkeit zur Existenz. Das Subjekt kann immer nur gebunden an Subjektnormen und -vorstellungen in Form einer »leidenschaftlichen Verhaftung« zu einem Subjekt werden (vgl. Butler 2001: 11-15; 2003b: 62). Subjektnormen und -vorstellungen dienen damit als äußerliche ›Tribunale‹ sowie zugleich als verinnerlichte, selbstbezüglich-reflexive Bewertungskategorien für die Anerkennung und das Scheitern des (eigenen) Seins.

Um Normen und Vorstellungen davon, was als anerkanntes und nicht anerkanntes Sein zu gelten hat, bestehen kulturelle Auseinandersetzungen (Subjekt-Hegemonien). Dadurch wird das Gelingen einer Existenz immer in Abgrenzung gegenüber solchen Subjektformen entschieden, die als defizitär oder mangelhaft gelten und damit als Anti-Subjekte eine konstitutive Bedingung für Subjektivierungsprozesse bilden. Das Subjekt ist deshalb als

1 Hier folge ich einem Foucault'schen Verständnis: Diskurse sind als relationale Gefüge aus Aussagen zu verstehen (vgl. Foucault 1981: 156ff.), die symbolische Ordnungen, Sinnstrukturen und Gegenstände hervorbringen. Mit dem Begriff Diskurs-Praktiken-Komplex soll hier angedeutet sein, dass Diskurse und Praktiken nicht voneinander trennbar sind. Symbolische Ordnungen, Sinnstrukturen und Gegenstände sind ebenso auf Ebene der Praktiken nachweisbar. Erst hier entfaltet sich die Macht und die Wirksamkeit von Diskursen, indem sie sich als Materialisierungen und Performanzen zeigen und damit über die Ebene rein sprachlicher oder ideeller Konstrukte hinausgehen; hierauf haben Michel Foucault (vgl. 1991: 61ff.) und vor allem Judith Butler (vgl. 1997: 11 u. 22ff.) hingewiesen.

Produkt *antagonistischer* Artikulationen zu begreifen und zu beschreiben (vgl. Abb. 1).²

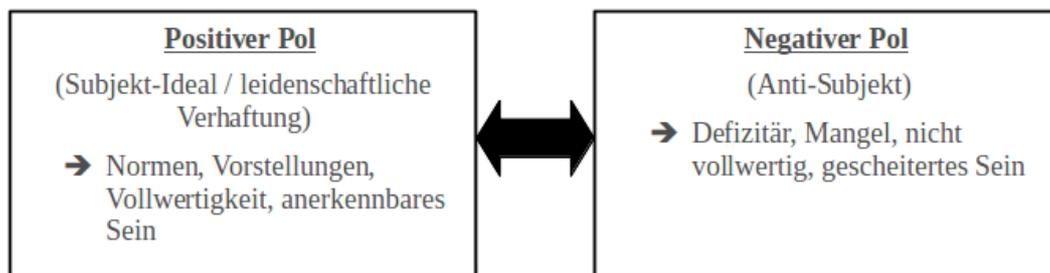


Abbildung 1: Das Subjekt als antagonistische Artikulation

Der Antagonismus zwischen Ästhetischem und Nicht-Ästhetischem: Das muskschaffende Subjekt als autonomes Künstler-Subjekt

Seit Beginn der Aufklärung kennzeichnet sich die Moderne durch unterschiedliche Ensembles von »Reinigungspraktiken«, die die Erzeugung getrennter ontologischer (in der Regel dichotomisierter, z.T. dialektisch verwobener) Zonen vorantreiben (vgl. Latour 2008). Eine hier interessierende »Reinigung« betrifft die Einführung spezifischer Differenzmerkmale zwischen dem Ästhetischen und seinem Anderen, dem Nicht-Ästhetischen. Es vollzieht sich eine Entkoppelung des Ästhetischen von sonstigen sozial-kulturellen Feldern, die in der Vorstellung eines genuinen ästhetischen Produktions- und Rezeptionsmodus mündet.³ Damit wird kreativ-schöpferischen Akten und der sinnlichen Wahrnehmung eine Eigendynamik zugeschrieben, die sich etwa vom (zweck)rationalen oder moralischen Handeln wesentlich unterscheidet. Somit können ästhetische Praktiken als Differenz zu weiteren sozial-kulturellen Praktiken erscheinen und schließlich das Entstehen eines Begriffs autonomer Kunst im Sinne von Autonomieästhetik ermöglichen.

Das muskschaffende Subjekt, das im Zuge dieser »Reinigung« der Moderne hervorgebracht wird, entspricht dem Ideal eines autonomen Künstlers und wird durch eben jene Trennung von Ästhetischem und Nicht-Ästheti-

2 Eine solche Subjekttheorie der Moderne hat Andreas Reckwitz (2006) vorgelegt.
 3 Sowohl die Kant'sche Ästhetik und der Begriff des »interesselosen Wohlgefallens« (Kant 2003: §2 & §3) am ästhetisch Schönen als auch die Hegel'sche Ästhetik und der Begriff des selbstbezüglichen »Endzwecks« (Hegel 1970: 82) als wahre Bestimmung eines Kunstwerks stellen Beispiele solcher Entkoppelungen des Ästhetischen dar, die Pierre Bourdieu treffend als Erfindung eines »reinen Blicks« (2011: 304) charakterisiert.

schem antagonistisch artikuliert. Das heißt, die Subjektform des autonomen Künstlers braucht das Nicht-Ästhetische als Negativfolie, als Differenzmarkierung, um sich dadurch selbst konturieren zu können (vgl. Abb. 2).

So bildete sich das Künstlerideal der Romantik als antagonistischer Entwurf zur bürgerlichen Subjektkultur des frühen 19. Jahrhunderts heraus, indem es Kritik an der von der Moderne vorangetriebenen Rationalisierung der Gesellschaft sowie an der bürgerlichen Moral und den damit einhergehenden Affektmangel übte, um gleichzeitig die Befreiung und den Ausdruck von Individualität zu fordern (vgl. Reckwitz 2006: 109-242).⁴ Auch die ästhetischen Avantgarden des frühen 20. Jahrhunderts sind – bei aller Heterogenität – als zeitgenössische Kritiken bürgerlicher Subjektkultur und Gesellschaft zu lesen, die experimentelle und »transgressive« Subjektentwürfe artikulieren (vgl. ebd.: 289-335).⁵

Die Differenz zwischen Ästhetischem und Nicht-Ästhetischem bildet die Grundlage für eine gegenkulturelle Nische der Moderne, in die ästhetische Praktiken einerseits gedrängt werden, weil sie sich gewissermaßen als »Abfallprodukte« oder »Reste« der Rationalitäten – die die Moderne qua »Reinigung« produziert – absondern und sich nicht mit ihnen vertragen. Andererseits ist genau jenes Nischendasein die Stärke der verschiedenen ästhetischen Bewegungen der Moderne, die es ermöglicht, in gegenkultureller Abgrenzung – d.h. als distinkte Kritikform mit »eigener Stimme« – attraktive alternative Lebensformen und Subjektentwürfe zu fordern und hervorzubringen.

4 So interpretiert etwa Lawrence Kramer (1998) Franz Schubert als Kritiker der Subjektnormen des frühen 19. Jahrhunderts. Freilich tritt seit Ende des 18. Jahrhunderts, mit der Spaltung der Musikkultur in Kunstschaffen und musikalische Dienstleistung und dem Entstehen eines Kunst- und Unterhaltungsmarkts, das musikschaaffende Subjekt als Dienstleistendes bzw. Unterhaltendes in Erscheinung (vgl. Wicke 2007: 222-227). Kunstschaffen und musikalische Dienstleistung geraten dadurch *innerhalb* des Kontexts von Praktiken des Musikschaaffens in eine antagonistische Verfassung. Das musikschaaffende Subjekt als Dienstleistendes/Unterhaltendes wird hier zur weiteren Negativfolie des autonomen Künstler-Subjekts.

5 Sobegreift etwa Theodor W. Adorno die Avantgarde durch ihren Ausschluss aus »offizieller Kultur« als prädestinierten Ort der Kritik (vgl. 1949: 6) und exponiert Arnold Schönberg als Beispiel eines kritischen Künstlers.

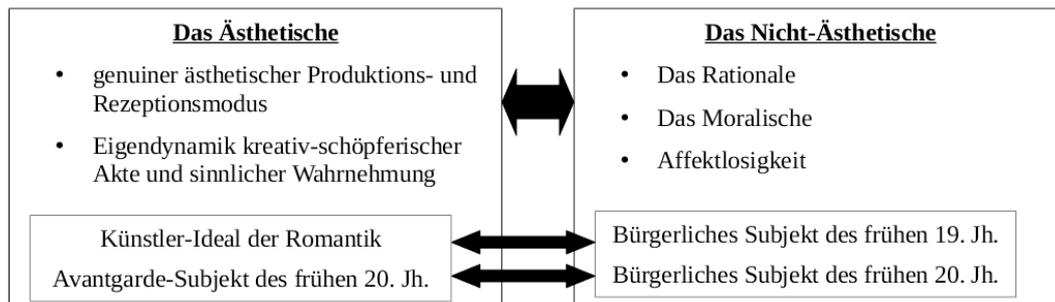


Abbildung 2: Antagonismus zwischen dem Ästhetischen und dem Nicht-Ästhetischen

Der Antagonismus Musik vs. Kommerz/Industrie/Macht: Subjektentwürfe der populären Musik

Mit Blick auf die populäre Kultur der Gegenwart stellt sich die Frage, wie hier das Ästhetische in eine antagonistische Verfassung gebracht wird, so dass das Musikschaffen als attraktive Praxis der Subjektivierung erscheinen kann. Eine für diesen Zusammenhang wichtige Kritikform artikuliert eine Differenz zwischen Musik und der Triade »Kommerz/Industrie/Macht«. Kulturkritische Stimmen seit Mitte des 20. Jahrhunderts beklagen eine zunehmende Vermassung und Kapitalisierung der Kultur, die nur noch standardisierte und pseudoindividuelle Produkte erzeugt. Eine breit und häufig rezipierte Kritik dieser Art findet sich bei Max Horkheimer und Theodor W. Adorno mit ihren Thesen zur Kulturindustrie. Bekanntlich hatten diese die populäre Musik als hoffnungslosen Fall betrachtet, da sie ein Beiwerk der Kulturindustrie darstellt und an der systematischen Produktion von Ähnlichkeit durch Film, Radio und Magazinen teilhat (vgl. Horkheimer/Adorno 1969: 128ff.; vgl. auch Adorno 1998). Jedoch gab und gibt es Versuche, eine solche »Reinigungsarbeit« auch innerhalb der populären Musik vorzunehmen und dementsprechend bestimmte Musik (»ehrliche«, »wahre«, »kritische«) gegen andere Musik (»kommerzielle«, »industrielle«) auszuspielen.⁶

Es ist wichtig zu betonen, dass dieser Antagonismus nur artikuliert werden kann, indem an beiden Polen verschiedene Elemente angereichert werden, die dann konstitutive Äquivalenzbeziehungen bilden, die sich gegenseitig verstärken und so als differenzielle Positionen zu »Momenten« eines

⁶ Zur »Übersetzung« von Horkheimers und Adornos Thesen zur Kulturindustrie innerhalb der Erforschung populärer Musik siehe Richard Middleton (1990: ii).

Diskurses werden (vgl. Laclau/Mouffe 1991: 155ff.). Die Triade »Kommerz/ Industrie/Macht« ist eine derartige Äquivalenzkette, die sich am Negativpol befindet. Am anderen Ende des Pols findet eine Äquivalentsetzung zwischen Musik und Authentizitätsvorstellungen statt (vgl. Frith 1987: 136f.). So wird das musikschaaffende Subjekt der populären Musik in einer diskursiven Spannung verortet, in der einerseits die nicht-kommerziellen, eigenständigen und authentischen sowie andererseits die kommerziellen, konformistischen und nicht-authentischen Formen des Musikschaaffens als jeweils äquivalent erscheinen (vgl. Abb. 3).

Mit der Koppelung an Authentizität entstehen etwa solche Romantisierungen des Musikschaaffens, die Simon Frith (1978: ix-xi; 1981) als *folk ideology* bezeichnet. Hier wird Musikschaaffen als positives, gemeinschaftsstiftendes Erlebnis von Menschen beschrieben und richtet sich kapitalismus- und machtkritisch gegen die Kommerzialisierung und die Vereinnahmung der Musik durch eine mächtige Industrie, die diese Gemeinschaft unterdrückt und von sich selbst entfremdet. Dem musikschaaffenden Subjekt kommt in der *folk ideology* die Rolle eines Repräsentanten dieser Gemeinschaft zu. Seine Praktiken des Musikschaaffens sind unmittelbarer Ausdruck gemeinschaftlicher Werte und Bedürfnisse. Mit der Äquivalentsetzung von Musik, Authentizität und Gemeinschaft wird das musikschaaffende Subjekt hier anhand einer kollektivierten Vorstellung von Authentizität artikuliert.

Frith weist ferner darauf hin, dass das musikschaaffende Subjekt auch durch eine weitere Vorstellung von Authentizität entworfen wird, welche mit der Artikulation einer »Avantgarde-Kritik« (1988: 462) an Massenkultur einhergeht. In diesem Falle handelt es sich um eine Anknüpfung an das Künstlersubjekt der Moderne mit der Forderung nach Eigenständigkeit, Selbstbestimmtheit und Entfaltung des Selbst. Es geht um Befreiung und um Ausdruck von Individualität, die gegen das Normierende und Disziplinierende, Reizlose und Affektarme einer vermassten Gesellschaft und eines zu mächtigen kulturindustriellen Komplexes ins Spiel gebracht werden. Die Authentizität des musikschaaffenden Subjekts wird individualisiert und selbstbezüglich, der Bezug auf ein Kollektiv oder eine Gemeinschaft – wie in der *folk ideology* – spielt keine Rolle oder ist nur sekundär.⁷ Praktiken des Musikschaaffens werden hier im Sinne einer *art ideology* als Formen

7 Pete Dale (2012: iiff.) stellt fest, dass auch avantgardistische Kritikformen (Dale thematisiert hier Spielarten des Punk) einen Sinn für ein Kollektiv beinhalten. Jedoch ist dieser Gemeinschaftsbegriff durch eine experimentelle, aufs Neue ausgerichtete, transgressive Haltung geprägt, die den Mitgliedern mehr Individualität zugesteht als die Vorstellung eines gemeinschaftlich geteilten Erfahrungsraumes, einer gemeinsamen Tradition oder eines Klassenbewusstseins.

künstlerischen Ausdrucks und somit als Differenz zu Kommerz und massentauglicher Gefälligkeit in Stellung gebracht.

Es lassen sich also zwei Kritikformen ausmachen, die ich mit Luc Boltanski und Ève Chiapello als »Sozialkritik« (folk ideology) und »Künstlerkritik« (art ideology) bezeichnen möchte (vgl. Boltanski/Chiapello 2006: 80ff.; vgl. auch Chiapello 2010: 38-51). Beide erfahren insbesondere durch die ästhetischen Bewegungen der Gegenkulturen der 1960er Jahre eine bedeutende und wirkmächtige Artikulation und werden folgend und bis in die heutige Zeit hinein zum wichtigen Bestandteil von Diskurs-Praktiken-Komplexen populärer Musik.

Es handelt sich nicht um zwei inkommensurable Kritikformen. Sozialkritik und Künstlerkritik können durchaus in Kombination miteinander auftreten, da in beiden Fällen der gleiche antagonistische Negativpol »Kommerz/Industrie/Macht« besteht. Das Anti-Subjekt der Sozialkritik und der Künstlerkritik ist ein unauthentisches, kommerziell vereinnahmtes, von der Industrie abhängiges, konformistisches musikschaftendes Subjekt (bspw. die Figur des gemachten oder »gecasteten« Stars).

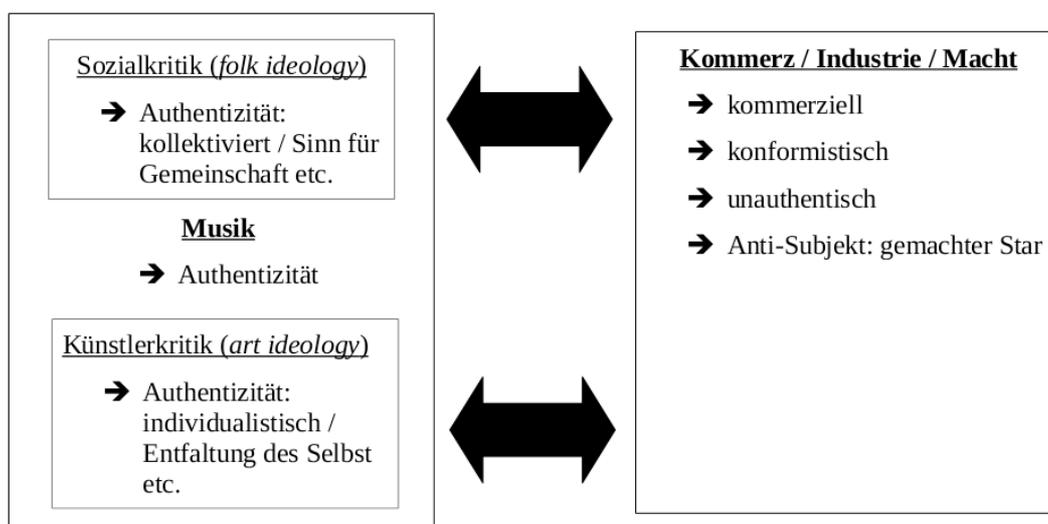


Abbildung 3: Antagonismus zwischen Musik und Kommerz/Industrie/Macht

Von den Gegenkulturen zum kreativ- unternehmerischen Selbst

Das Problem der Authentizität und die Differenz zwischen Musik und der Triade »Kommerz/Industrie/Macht« sind in der Popmusikforschung häufig und in unterschiedlichen Untersuchungszusammenhängen als zentrale Topoi aufgegriffen worden. Die obige Zusammenfassung diente dazu, die sich da-

hinter verbergenden Subjektentwürfe herauszuarbeiten und sie vor allem als Produkte antagonistischer Artikulationen kenntlich zu machen.

Jüngst lässt sich eine weitere wichtige Form des musikschaaffenden Subjekts beobachten, welche erst im Kontext der eben dargestellten Subjektformen verständlich wird. Den Ausgangspunkt dieser Subjektform bildet die Künstlerkritik mit ihren Forderungen und Wünschen nach Eigenständigkeit, Selbstbestimmtheit und Entfaltung des Selbsts. Speziell geht die Künstlerkritik in Diskurs-Praktiken-Komplexen des Musikschaaffens mit Forderungen und Wünschen nach ästhetischer Selbstverwirklichung und Freiheit einher. Diese ästhetische Selbstverwirklichung und Freiheit ist stets von Außen – durch ökonomische Rahmenbedingungen bzw. einen mächtigen kulturindustriellen Komplex – gefährdet. *Ein* Versuch der Einlösung dieser Forderungen und Wünsche besteht nun darin, auch die Rahmenbedingungen der eigenen ästhetischen Praktiken selbst aktiv und effektiv mitzugestalten. Dies resultiert in Ethiken des Do-It-Yourself, die die angestrebte, zur Norm erhobene Selbstständigkeit und Kontrolle des eigenen Musikschaaffens garantieren soll.

Aus dem gegenkulturellen Entwurf der Künstlerkritik bildet sich hier eine neue Form des musikschaaffenden Subjekts, die ich als kreativ-unternehmerisches Selbst bezeichnen möchte.⁸ Der Entwurf dieses kreativ-unternehmerischen Selbsts entsteht dort, wo Ethiken des Do-It-Yourself in Selbstmanagement umschlagen. Selbstmanagement bezeichnet sowohl eine Anforderung als auch einen Wunsch des musikschaaffenden Subjekts. Einerseits wird das musikschaaffende Subjekt deskriptiv und normativ zum Selbstmanager angerufen, andererseits wird die Verinnerlichung von Selbstmanagement-Normen zum grundlegenden Antrieb des eigenen Handelns. Empirisch zu untersuchen ist der Subjektentwurf des kreativ-unternehmerischen Selbsts innerhalb eines Textkorpus, der in Form von Ratgeber- oder Selbstmanagement-Literatur für Musikschaaffende vorliegt. Die folgende Lektüre dieser Ratgeber soll dazu dienen, die wesentlichen Konturen des musikschaaffenden Subjekts als kreativ-unternehmerisches Selbst herauszuarbeiten.

8 Das Attribut des »kreativ-unternehmerischen« knüpft hier an sozial-, politik- und kulturwissenschaftliche Analysen an, die unternehmerische Aktivität (vgl. hierzu Foucault 2006: 300ff.; daran anknüpfend Bröckling 2007) als auch kreative Aktivität (vgl. hierzu Reckwitz 2012) als gegenwärtig dominante Modi der Subjektivierung ausmachen.

Ratgeber für Musikschafternde

Ratgeber für Musikschafternde wollen zunächst ein Basiswissen über Strukturen und Prozesse des Musikbusiness und des gegenwärtigen Musiklebens vermitteln, bspw. über rechtliche Themen wie Verträge und Urheberrecht. Die Autoren und Autorinnen dieser Ratgeber (vgl. etwa Frascogna/Hetherington 1997; Hentschel 2003; Passman 2004; Rakebrandt 2009; Kolonko 2010; Schneidewind/Tröndle 2012) kommen aus unterschiedlichen Bereichen des Musiklebens und des Musikbusiness, bspw. Kulturmanagement, Urheber- und Vertragsrecht, Bandmanager etc. Diese Professionen weisen die Autorinnen und Autoren dabei als Expertinnen und Experten aus, die – über die Vermittlung »reiner Fakten« hinaus – durch eigene Erfahrungen und Insider-Informationen über das Business zu berichten wissen. Obendrein wird das vermittelte Wissen dieser Ratgeber durch Interviews mit weiteren Expertinnen und Experten der Musikbranche angereichert.

Die Ratgeber diagnostizieren auf Seiten der Musikschafternden einen Mangel an Kenntnissen über interne Abläufe des Musikbusiness und die Anforderungen des Musikmarkts und erklären es zum Ziel, die Musikschafternden hierzu mit wesentlichen Kompetenzen auszustatten. Die Forderungen und Wünsche der Künstlerkritik erscheinen in den Ratgebern so als (Rationalisierungs)Programme zur Anleitung und Hilfestellung von Praxis (vgl. Bröckling 2007: 152ff.). Das musikschafternde Subjekt soll eigenständig und selbstbestimmt handeln – und Voraussetzung dafür ist die Aneignung nötigen Wissens. Die Ratgeber machen klar: Wer zu wenig Kompetenzen besitzt, geht entweder unter oder wird zum leichten Opfer bzw. zur abhängigen Lohnarbeiterin der Musikindustrie. Um ein zufriedenstellendes und erfolgreiches Dasein als Musikschafternde oder Musikschafternder zu führen, gibt es dazu keine Alternative!

Im nächsten Schritt entwerfen die Ratgeber Pläne, wie das Musikerdasein gestaltet werden soll und eine Musikkarriere (oder mindestens das Bestreiten des Lebensunterhalts) abzulaufen hat: Sie geben u.a. Tipps zum Recording eines Demos, zur Planung eines Gigs oder einer Tour, zur Präsentation der eigenen Band oder des Musikprojekts bspw. durch Erstellung eines Info-Packages oder einer Homepage, zur Pflege des eigenen Images, zur Beobachtbarkeit und Analyse der Konkurrenz auf dem Musikmarkt, zum Erschließen der richtigen Zielgruppe bzw. des richtigen Publikums, zu Vertragsverhandlungen (nebst der Veranschaulichung durch angehängte Musterverträge), zum Zeit- und Ressourcenmanagement sowie zum Knüpfen und zur Pflege wichtiger sozialer Kontakte (hierzu stellen die Ratgeber eine

Auflistung etlicher Adressen und Internetlinks zu Foren, Labels, Online-Verzeichnissen etc. bereit). Natürlich seien diese Pläne immer auf den Einzelfall abzustimmen. Es sei unbedingt wichtig, sich über seine persönlichen und selbstverständlich kreativen Ziele im Klaren zu sein, erst dann könne ein Plan im Detail ausgearbeitet werden. Die Ratgeber betonen, dass sie selbst kein Patentrezept anzubieten haben, dass es keine objektiven Kriterien und nicht nur den einen Weg zum Erfolg gibt. Alles in allem werden hiermit generelle Anforderungen formuliert, die das musikschaaffende Subjekt im Konkreten selbst zu erschließen und zu meistern hat.

Bezogen auf die ästhetisch-kreativen Prozesse des Musikschaaffens betonen die Ratgeber, dass es nicht so sehr auf die musikalische Form ankommt. Letztlich sei egal, ob es sich um Rock, HipHop, elektronische Musik oder Free Jazz handele, jede Musikform sei potenziell erfolgreich mit einem Selbstmanagementprogramm vereinbar und folglich auch erfolgreich vermarktbar.⁹ Auf keinen Fall solle der oder die Musikschaaffende sich Geschmäckern anpassen oder andere erfolgreiche Stile kopieren, der musikalische Output solle stets den eigenen Vorstellungen folgen und demnach ein stimmiges, mit den *eigenen* Vorlieben konsistentes Ergebnis darstellen. Die Grundlage einer Musikkarriere bestehe also in der Entwicklung und Kreation persönlicher, unverwechselbarer Stile und Sounds. Musik wird hier weitgehend losgelöst von damit verbundenen Bedeutungen und Werten (anders als in der folk ideology, in der Musik noch gemeinschaftliche Werte o.ä. ausdrücken soll). Stattdessen interessieren Stile, Sounds und auch Genres primär als ästhetische und individuelle Differenzen. Einige Ratgeber betonen bisweilen den Marketingaspekt politischer oder sozialer Inhalte. Transportiere ein Song etwa eine gute Message, könne dies den Erfolg steigern.¹⁰

Eine weitergehende Untersuchung dieses Textkorpus wäre angebracht, um Details sowie gegebenenfalls unterschiedliche Akzentuierungen und Spannungen dieses Subjektentwurfs herauszuarbeiten. Darüber hinaus lässt sich aus einer detaillierten Analyse der Ratgeber allein der Entwurf des musikschaaffenden Subjekts als kreativ-unternehmerisches Selbst nur unzureichend darstellen. Weitere Analysefelder wären ins Auge zu fassen, denn der Textkorpus der Ratgeberliteratur bildet nur einen Teil eines Diskurs-

9 Im Gegensatz zu den Ergebnissen der Studie von Rainer Diaz-Bone (2002) sind hier Unternehmer- und Managementideale nicht gebunden an ein spezifisches musikalisches Genre und eine damit verbundene »Kulturwelt«. Entscheidend ist am Ende nur ein eigenständiges Produkt, das sich vor allem als musikalische Differenz auszeichnen soll.

10 Der Ratgeber von Xavier M. Frascogna und H. Lee Hetherington (1997: 91) hebt etwa das Beispiel Tracy Chapmans hervor, die durch eine soziale und politische Message ökonomisch erfolgreich werden konnte.

Praktiken-Komplexes, der das musikschaaffende Subjekt als kreativ-unternehmerisches Selbst gegenwärtig zu einem alles andere als marginalen Phänomen werden lässt.

Generell muss auf die »interdiskursive« (Link 1999) Durchsetzung und Verstärkung dieses Subjektentwurfs hingewiesen werden, insbesondere durch die gegenwärtige Konjunktur von Management- und Kreativitätsdiskursen. Paradigmatisch hierfür steht die Wissensproduktion innerhalb des Kulturmanagements, das in den letzten zwei Jahrzehnten auch für andere Bereiche des Kulturschaffens ähnliche Programme entwickelt hat. Ferner wäre die Institutionalisierung dieses Subjektentwurfs zu untersuchen. Zu denken ist hier an die Popakademie Baden-Württemberg, auch an die Popkurse in Hamburg sowie an die Goldsmith University oder die Brit School in London, deren Kursstruktur und -inhalte eine Verquickung ökonomischer und ästhetischer Aspekte fordern und fördern, wodurch sich die Teilnehmenden als kreativ-unternehmerische Selbst trainieren.

Die Untersuchung von Diskursen, Programmen und Institutionen wäre schließlich durch eine praxeologische Perspektive zu ergänzen, also einen Blick auf jene Praktiken, durch die sich das musikschaaffende Subjekt performativ als kreativ-unternehmerisches Selbst hervorbringt.

Das kreativ-unternehmerische Selbst als antagonistische Artikulation

Ohne einen Anspruch auf Vollständigkeit zu erheben, soll dieser Einblick in die Inhalte der Ratgeberliteratur abschließend genutzt werden, um einige wesentliche Konturen des darin produzierten Subjektentwurfs festzuhalten. Auch das musikschaaffende Subjekt als kreativ-unternehmerisches Selbst ist wie die obigen Subjektentwürfe als Produkt antagonistischer Artikulationen zu begreifen (vgl. Abb. 4). Zunächst lässt sich eine Anknüpfung und Fortschreibung der Künstlerkritik beobachten. Die Äquivalenzkette »Kommerz/Industrie/Macht« ist auch hier wirksam: Die Forderung der Künstlerkritik und der damit einhergehende Wunsch nach ästhetischer Selbstverwirklichung und Freiheit bleiben bestehen. Sie sind gefährdet durch ein Zuviel an äußerer Einflussnahme und Kontrolle, dem mit Selbstmanagement begegnet werden soll. Gleichzeitig werden die Momente dieses Antagonismus in eine neue Konstellation gebracht. Die Äquivalenzkette dieser Triade wird vor allem am Moment »Kommerz« aufgebrochen und neu artikuliert, indem zwischen einem positiven Begriff der selbstbestimmten und legitimen Form der

Vermarktung und einem negativen Begriff der fremdbestimmten und ausbeutenden Vermarktung differenziert wird.

Das musikschaftende Subjekt als kreativ-unternehmerisches Selbst wird einerseits durch das Anti-Subjekt des gemachten oder »gecasteten« Stars kontrastiert. Dieser gemachte Star als »industrielle Marionette« habe keinerlei ästhetische Selbstbestimmtheit und sei nicht in der Lage, seine kreativen Potenziale zu entfalten, um so ein eigenständiges ästhetisches Produkt zu entwickeln. Eine zweite Differenzmarkierung besteht gegenüber dem passiv-antriebslosen musikschaftenden Subjekt mit Mangel an Willen zu persönlicher Weiterentwicklung und Wachstum, einem Mangel zur Arbeit an sich selbst. Ein Subjekt, das keine Bemühungen anstellt, sich in erwünschter Hinsicht zu professionalisieren und sein ästhetisches Schaffen jenseits des eigenen Proberaums zu »testen«. Hier wären als Anti-Subjekte die Figuren des Freizeit- oder Hobbymusikers einzusetzen.

Das musikschaftende Subjekt als kreativ-unternehmerisches Selbst grenzt sich zudem durch einen besonderen Authentizitätsbegriff vom gemachten Star und vom Freizeit- oder Hobbymusiker ab. Zum einen muss das ästhetische Produkt mit der eigenen Persönlichkeit konsistent sein. Dies sei beim gemachten Star nicht der Fall. Zum anderen wird die Veränderung, die kreative Tätigkeit der Abweichung, der Wille zur Differenz zur Norm. Als authentisch gilt hier, wer sich permanent weiterentwickeln und verbessern möchte, experimentierfreudig ist und stets das Neue sucht. Dies wiederum ist beim Anti-Subjekt des Freizeit- oder Hobbymusikers nicht der Fall. Die leidenschaftliche Verhaftung des kreativ-unternehmerischen Selbsts gilt dieser Suche nach dem Neuem, das die Grundlage seiner ästhetischen Verwirklichung darstellt. Ob diese ästhetische Verwirklichung gelungen ist, entscheidet das Publikum bzw. genauer: die entgegengebrachte öffentliche Anerkennung und Beachtung (vgl. hierzu Franck 1998: 137ff.). Das bedeutet, gelungene ästhetische Verwirklichung wird immer erst als Wertschätzung oder Prämierung erkennbar. Das musikschaftende Subjekt als kreativ-unternehmerisches Selbst ist ein Subjekt der Expressivität, der Aufmerksamkeitsorientierung und damit Außenorientierung. Kommerzieller Erfolg gilt als Indikator ästhetischer Anerkennung und ist damit nicht nur als zweckrationaler, profitorientierter Antrieb zu dechiffrieren, sondern bildet auch in ästhetischer Hinsicht eine leidenschaftliche Verhaftung.

Es lässt sich erkennen, dass wir es hier mit einem veränderten Begriff des Musikschaftens zu tun haben. Der Begriff des Musikschaftens als selbstzweckhafte ästhetische Praxis, wie er aus der eingangs geschilderten »Reinigung« der Moderne mit der Differenz aus dem Ästhetischen und dem Nicht-Ästhetischen hervorging, wird abgelöst durch einen hybriden Begriff

des Musikschaffens, der diese Trennung auflöst und bei dem sich das Ästhetische und das Ökonomische gewissermaßen gegenseitig kolonialisieren und damit »verunreinigen«. ¹¹ Erst durch eine solche ästhetisch-ökonomische Hybridisierung des Musikschaffens konnte das musikschaffende Subjekt als kreativ-unternehmerisches Selbst erscheinen.

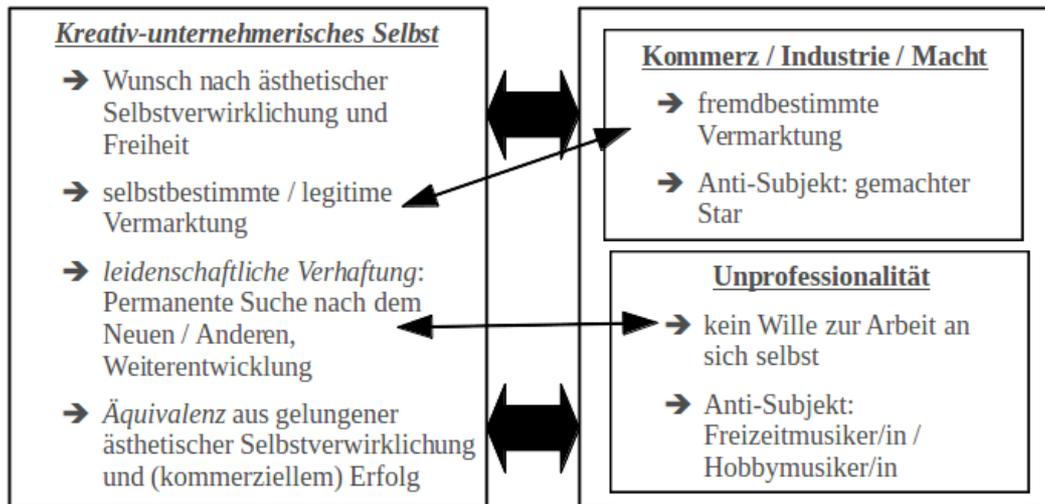


Abbildung 4: Das Musikschaffende Subjekt als kreativ-unternehmerisches Selbst als antagonistische Artikulation

Literatur

- Adorno, Theodor W. (1949). *Philosophie der neuen Musik*. Tübingen: Mohr.
- Adorno, Theodor W. (1998). »On Popular Music.« In: *On Record. Rock, Pop & the Written Word*. Hg. v. Simon Frith und Andrew Goodwin. London: Routledge, S. 301-314.
- Becker, Howard S. (1966). *Outsiders. Studies in the Sociology of Deviance*. New York: The Free Press/Macmillan.
- Boltanski, Luc / Chiapello, Éve (2006). *Der neue Geist des Kapitalismus*. Konstanz: UVK.
- Bröckling, Ulrich (2007). *Das unternehmerische Selbst. Soziologie einer Subjektivierungsform*. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Bröckling, Ulrich / Krasmann, Susanne / Lemke, Thomas (Hg.) (2000). *Gouvernementalität der Gegenwart. Studien zur Ökonomisierung des Sozialen*. Frankfurt/M.: Suhrkamp.

¹¹ Hier wäre das musikschaffende Subjekt als kreativ-unternehmerisches Selbst im erweiterten Kontext von Thesen zur Ästhetisierung des Sozialen (vgl. hierzu etwa Featherstone 1992; Reckwitz 2012) sowie von Thesen zur Ökonomisierung des Sozialen (vgl. hierzu etwa Bröckling/Krasmann/Lemke 2000, 2011; Reichert 2004) näher zu untersuchen. Latour (2008) hat hier darauf hingewiesen, dass die modernen Praktiken der »Reinigung« stets unweigerlich von der Produktion und Anhäufung von »Hybriden« heimgesucht werden.

- Bröckling, Ulrich / Krasmann, Susanne / Lemke, Thomas (Hg.) (2011). *Governmentality. Current Issues and Future Challenges*. New York: Routledge.
- Bourdieu, Pierre (2011). »Die historische Genese einer reinen Ästhetik.« In: *Kunst und Kultur. Kunst und künstlerisches Feld. Schriften zur Kulturosoziologie 4*. Hg. v. Stephan Egger und Franz Schultheis (= Schriften 12.3). Konstanz: UVK, S. 289-307.
- Butler, Judith (1997). *Körper von Gewicht. Die diskursiven Grenzen des Geschlechts*. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Butler, Judith (2001). *Psyche der Macht. Das Subjekt der Unterwerfung*. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Butler, Judith (2003a). *Kritik der ethischen Gewalt*. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Butler, Judith (2003b). »Noch einmal: Körper und Macht.« In: *Michel Foucault – Zwischenbilanz einer Rezeption. Frankfurter Foucault-Konferenz 2001*. Hg. v. Axel Honneth und Martin Saar. Frankfurt/M.: Suhrkamp, S. 52-67.
- Chiapello, Ève (2010). »Evolution und Kooption. Die ›Künstlerkritik‹ und der normative Wandel.« In: *Kreation und Depression. Freiheit im gegenwärtigen Kapitalismus*. Hg. v. Christoph Menke und Juliane Rebentisch. Berlin: Kadmos, S. 38-51.
- Dale, Pete (2012). *Anyone Can Do It. Empowerment, Tradition and the Punk Underground*. Farnham: Ashgate.
- Diaz-Bone, Rainer (2002). *Kulturwelt, Diskurs und Lebensstil. Eine diskurstheoretische Erweiterung der bourdieuschen Distinktionstheorie*. Opladen: Leske und Budrich.
- Featherstone, Mike (1992). »Postmodernism and the Aestheticization of Everyday Life.« In: *Modernity and Identity*. Hg. v. Scott Lash und Jonathan Friedman. Oxford/Cambridge: Basil Blackwell, S. 265-290.
- Finnegan, Ruth (1989). *The Hidden Musicians. Music Making in an English Town*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Foucault, Michel (1981). *Archäologie des Wissens*. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Foucault, Michel (1982). »The Subject and Power.« In: *Michel Foucault. Beyond Structuralism and Hermeneutics*. Hg. v. Hubert L. Dreyfus und Paul Rainbow. Chicago: University Press, S. 208-226.
- Foucault, Michel (1991). »Politics and the Study of Discourse.« In: *The Foucault Effect. Studies in Governmentality with Two Lectures by and an Interview with Michel Foucault*. Hg. v. Graham Burchell, Colin Gordon und Peter Miller. London: Harvester Wheatsheaf, S. 53-72.
- Foucault, Michel (2006). *Die Geburt der Biopolitik. Geschichte der Gouvernementalität II: Vorlesungen am Collège de France 1978-1979*. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Franck, Georg (1998). *Ökonomie der Aufmerksamkeit. Ein Entwurf*. München/Wien: Hauser.
- Frasco, Xavier M. / Hetherington, H. Lee (1997). *The Business of Artist Management*. New York: Billboard Books.
- Frith, Simon (1978). *The Sociology of Rock*. London: Constable.
- Frith, Simon (1981). »The Magic that Can Set You Free«. The Ideology of Folk and the Myth of the Rock Community.« In: *Popular Music 1*, Nr. 1, S. 159-168.
- Frith, Simon (1987). »Towards an Aesthetic of Popular Music.« In: *Music and Society. The Politics of Composition, Performance, and Reception*. Hg. v. Richard D. Leppert und Susan McClary. Cambridge: Cambridge University Press, S. 133-149.

- Frith, Simon (1988). »Art Ideology and Pop Practice.« In: *Marxism and the Interpretation of Culture*. Hg. v. Cary Nelson and Lawrence Grossberg. Houndmills/Basingstoke: Macmillan, S. 461-475.
- Green, Lucy (2002). *How Popular Musicians Learn. A Way Ahead for Music Education*. Aldershot: Ashgate.
- Hegel, Georg Wilhelm Friedrich (1970). *Vorlesungen über die Ästhetik I*. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Hentschel, Christian (2003). *Popstar in 100 Tagen. Tipps und Facts aus dem Musikbusiness*. Berlin: Schwartzkopf & Schwartzkopf.
- Horkheimer, Max / Adorno, Theodor W. (1969). *Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente*. Frankfurt/M.: Fischer.
- Kant, Immanuel (2003). *Kritik der Urteilskraft*. Hamburg: Meiner.
- Kolonko, Nils (2010). *Bandologie. Wie man als Musiker seine Band zum Erfolg führt*. Berlin: Kolonko Books.
- Kramer, Lawrence (1998). *Franz Schubert. Sexuality, Subjectivity, Song*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Laclau, Ernesto / Mouffe, Chantal (1991). *Hegemonie und radikale Demokratie. Zur Dekonstruktion des Marxismus*. Wien: Passagen-Verlag.
- Latour, Bruno (2008). *Wir sind nie modern gewesen. Versuch einer symmetrischen Anthropologie*. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Link, Jürgen (1999). »Diskursive Ereignisse, Diskurse, Interdiskurse. Sieben Thesen zur Operativität der Diskursanalyse.« In: *Das Wuchern der Diskurse. Perspektiven der Diskursanalyse Foucaults*. Hg. v. Hannelore Bublitz, Andrea D. Bührmann, Christine Hanke und Andrea Seier. Frankfurt/M.: Campus, S. 148-161.
- Middleton, Richard (1990). *Studying Popular Music*. Milton Keynes: Open University Press.
- Passman, Donald S. (2004). *Alles, was Sie über das Musikbusiness wissen müssen*. Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Rakebrandt, Christina (2009). *Karriereguide für Musiker. Potenziale entdecken, Träume verwirklichen*. Seeheim: Quickstart.
- Reckwitz, Andreas (2006). *Das hybride Subjekt. Eine Theorie der Subjektkulturen von der bürgerlichen Moderne zur Postmoderne*. Weilerswist: Velbrück.
- Reckwitz, Andreas (2012). *Die Erfindung der Kreativität. Zum Prozess gesellschaftlicher Ästhetisierung*. Berlin: Suhrkamp.
- Reichert, Ramon (Hg.) (2004). *Governmentality Studies. Analysen liberal-demokratischer Gesellschaften im Anschluss an Michel Foucault*. Münster: Lit.
- Reitsamer, Rosa (2013). *Die Do-It-Yourself-Karrieren der DJs. Über die Arbeit in elektronischen Musikszenen*. Bielefeld: Transcript.
- Schneidewind, Petra / Tröndle, Martin (Hg.) (2012). *Selbstmanagement im Musikbetrieb. Ein Handbuch für Kulturschaffende*. Bielefeld: Transcript.
- Shank, Barry (1994): *Dissonant Identities. The Rock'n'Roll Scene in Austin, Texas*. Hanover: Wesleyan University Press.
- Wicke, Peter (2007). »Zwischen musikalischer Dienstleistung und künstlerischem Anspruch. Der Musiker in populären Musikformen.« In: *Musiksoziologie*. Hg. v. Helga de la Motte-Haber und Hans Neuhoff (= Handbuch der systematischen Musikwissenschaft 4). Laaber: Laaber, S. 222-243.

Abstract

This essay examines the historical dimensions of the production of the music-making subject. The first part focuses on the modern conditions under which a distinctive concept of the music-making subject as »autonomous artist« could arise. The second part focuses on contemporary subject productions in popular music with a particular interest in one recent model: the music-making subject as »creative-entrepreneurial self«. This model is exemplified by a reading of self-help literature for musicians. By that, I attempt to show how music-making is guided through historical and culturally distinct (self)understandings of the subjects involved.