

Jugend, Jugendkulturen, Jugendszenen und Musik

Das in der Öffentlichkeit bestehende Bild von Jugend war und ist bestimmt durch Strategien, mit Hilfe unzulässiger Verallgemeinerungen eine universalistische Generationstypik zu konstruieren. Immer wieder wurde versucht, **die** Jugend, die es nicht gibt (und die es wahrscheinlich als homogene Gruppierung auch früher nicht gegeben hat), wenigstens mit generalisierenden Schlagwörtern in den Griff zu bekommen. Zu ihnen zählen u.a. – hier nur auf die alte Bundesrepublik bezogen – die 'skeptische', die 'unbefangene', die 'alternative', die 'rat- und illusionslose', die 'überflüssige' Generation, die 'Generation der Verlierer' (in Anlehnung an den 1991 erschienenen Roman *Generation X* von Douglas Coupland), 'die unsichtbare Generation' oder die 'Generation der wehleidigen Egoisten'.

Beteiligt an diesen Strategien der verbalen Abstempelung oder auch der Übernahme dieser verbalen Markierung aus Gründen zweckgerichteter Instrumentalisierungen waren nicht wenige: die Massenmedien (Fernsehen, Rundfunk, Zeitungen und Zeitschriften), deren auffälligste Methode das Hochstilisieren von Minderheiten zu Mehrheiten ist, weiterhin Parteien, Verbände, Industrie und Werbung, aber auch Trendumfragen und Marketing-Studien.

Abgesehen von Vieldeutigkeiten oder Unsicherheiten im Hinblick auf eine definitorische Bestimmung dessen, was alles, was noch oder was nicht mehr unter den Begriff 'Jugend' fällt, gelingt es derzeit nicht mehr so recht, Jugend auf einen bestimmten Generationstypus hin zu trimmen. Das Bild, das Trendumfragen jüngeren Datums zu Einstellungen, Wertorientierungen, Konsumverhalten und Lebensstilen jugendlicher zeigen, ist ebenso diffus wie widersprüchlich und offensichtlich aufgrund eines sich immer schneller vollziehenden Wandels jugendlicher Denk- und Verhaltensweisen in starkem Maße von den jeweiligen Erhebungsdaten abhängig. So sind manche Versuche, in der Ergebniskommentie-

zung weiterhin mit plakativen Einschätzungen und Bewertungen zu arbeiten, bereits als Kuriositäten einzustufen. Eher verständlich, wengleich im Sinne einer an wissenschaftlicher Erkenntnis orientierten Jugendforschung inakzeptabel, erscheint eine plakative Kommentierung bei den Studien, die einen kommerziellen Hintergrund haben, d.h. der Marktforschung dienen. Ihr Erkundungsinteresse ist primär auf den Gewinn von strategischen Erkenntnissen für eine erfolgreiche Markenführung gerichtet.

Jugend in neueren Umfragen und Marketing-Studien

Im Sommer 1994 wurde vom Emnid-Institut im Auftrag des SPIEGEL eine Umfrage in Form von Interviews mit 2043 repräsentativ ausgewählten jungen Deutschen zwischen 14 und 29 Jahren durchgeführt (genauere Angaben zur Stichprobenverteilung sind nicht mitgeteilt) und in SPIEGEL SPECIAL 11 (1994) veröffentlicht. Wenngleich die hier abgedruckten quantitativen Aussagen die pauschalierende Feststellung nicht in Gänze abdecken, die befragten Jugendlichen hätten "wenig mehr gemeinsam" als "den Umstand, noch nicht 30 Jahre alt zu sein" (Schnibben 1994, 57), sind erhebliche Widersprüchlichkeiten in den Antworten auf Fragen nach dem Lebensgefühl unübersehbar. Dazu ein paar Beispiele:

Nur 31 Prozent fühlen sich in erster Linie als Deutsche, die anderen als Einwohner einer bestimmten Stadt, eines bestimmten Bundeslandes oder als "Weltbürger" und "West- oder Ostdeutsche". Trotzdem sind 45 Prozent der Ansicht, daß die Deutschen einigen Völkern überlegen seien (in der Rangfolge: Polen, Türken, Russen).

Mit dem Begriff "Vaterland" können die Jugendlichen dieser Stichprobe offensichtlich nicht viel anfangen: An erster Stelle verbinden sie damit lediglich das "Land, in dem ich lebe", an zweiter Stelle schlichtweg die "Heimat". Assoziationen wie "Stolz" und "Geborgenheit" (Rangplätze 3 und 4) halten sich in etwa die Waage mit den Vorstellungen "Spießertum", "Drittes Reich", "Gar nichts" und "Abscheu".

Deutliche Widersprüche zwischen verbaler Bekundung und möglichem Engagement sind bei der Einstellung zur Demokratie evident: Für 90 Prozent der befragten Jugendlichen ist die Demokratie "etwas Wertvolles"; um sie zu verteidigen, würden 29 Prozent aber nur "eine Kerze anzünden", 19 Prozent gar nichts unternehmen und 11 Prozent "Wände bemalen". Auch ihr Verhältnis zum Staat ist gespalten: Während 52 Prozent sich verantwortlich fühlen für das, "was in unserem

Land passiert", interessiert der Staat 37 Prozent nur dann, wenn es sie selbst betrifft, oder es ist ihnen gleichgültig, "was der Staat macht" (9%). Gespalten ist auch der Blick in die Zukunft unserer Gesellschaft: 54 Prozent sehen sie "eher zuversichtlich, 46 "eher düster".

63 Prozent empfinden es nicht als Beleidigung, wenn man sie als "unpolitisch" bezeichnen würde, doch 23 Prozent haben ein starkes und 41 Prozent ein mittleres Interesse an Politik. Dieses Interesse bleibt allerdings – und das dürfte derzeitig keinesfalls nur ein jugendspezifisches Phänomen sein – mehr oder weniger auf eine Beobachterrolle beschränkt: Zwei Drittel der Befragten können sich nicht vorstellen, "irgendwann für ein politisches Amt zu kandidieren", und eine Mitgliedschaft in einer politischen Partei kommt für 69 Prozent "grundsätzlich nicht in Frage". Bei diesem Tatbestand der Frustration bestehen offensichtlich Zuordnungen, die auch auf das schlechte Image von Politikern und politischen Parteien zurückzuführen sind (35% "kotzen alle Parteien an").

Ein weiteres Ergebnis der SPIEGEL-SPECIAL-Umfrage, das auch andere Untersuchungen nahe legen, ist ein Trend zur Ich-Bezogenheit, d.h. ein Trend, die eigene Person in den Mittelpunkt zu stellen. Man ist auf der Welt, um das Leben zu genießen (53%). Damit scheint auch zusammenzuhängen, welche Bedeutung dem Stellenwert von Einsamkeit zukommt: Die Befragten fürchten sich vor Einsamkeit in gleichem Ausmaß wie vor Arbeitslosigkeit (je 21%), und beim Wort "Leere" denken sie an erster Stelle an Einsamkeit.

Die 1993 und 1994 entstandenen, marktforschungsorientierten Jugendtrendmonitoren YOYO (Youth Observes Youth's Obsessions; Institut Lintas Hamburg) beruhen auf einem (laut Selbstdarstellung: "völlig neuartigen", "einzigartigen") Programm sequentieller Methoden, wobei "vor allem projektiv-assoziative Techniken" benutzt wurden. Das Hauptergebnis der in regionaler Hinsicht stark selektiven YOYO-Studie 1993 (Untersuchungsort: Berlin) stößt in seiner pauschalierenden Diktion auf Skepsis: "Die Jugend – eine Generation von Egotaktikern". In der Kommentierung wird eine solche Generalisierungstendenz noch durch eine weitgehend eindimensionale Argumentationsweise verstärkt. Die Jugendlichen "kennen keine Ideale oder Autoritäten. Das Eigene ist ihnen Maßstab für das Selbst [...]. Nur noch das Selbsterlebte oder Selbstgemachte hat Wert". Zunehmend "gerät die Suche nach Sinn [...] zur Suche nach Sinnlichkeit". Erst nach derartigen undifferenzierten Beurteilungen erfolgt die Relativierung, daß diese "an sich egozentrische Weltsicht" sich paare mit einer "äußerst pragmatischen Weltbewältigung" (Krüger 1996, 26).

Die Folgestudie mit der Zielsetzung einer "Erforschung des Verhältnisses Jugendlicher zu Medien, Marken und Werbung" wurde 1994 durchgeführt. Zugrunde liegen ihr 100 Einzelinterviews mit 16- bis 17jährigen Jugendlichen (50 Mädchen, 50 Jungen) sowie zwei ganztägige, als "Workshops" titulierte Sondierungen (jeweils 5 Jungen / 5 Mädchen gleicher Altersklasse). Das zentrale Ergebnis dieser ebenfalls nur auf Berlin beschränkten Untersuchung ist ähnlich prononciert formuliert: "Schoß oder Kralle – die Egotaktiker in der Medienfalle." Gleiches gilt für den Kommentar, wo es u.a. über die Jugendlichen heißt:

"Sie sind Medienkinder – Medien waren ihnen Ersatzeltern. Und darum brauchen und gebrauchen sie diese in einem besonderen Maße: als Instrument ihrer selbstzentrierten Interessen, als egotaktisches Werkzeug. Und zur mentalen und emotionalen Geborgenheit, als Schoß" (Krüger 1996, 27).

Interessant sind zwei Details, die unter dem Punkt "Paradoxie als Medienprinzip" aufgeführt sind und Hinweise auf ein möglicherweise ambivalentes Medienverhalten von Jugendlichen geben (Krüger 1996, 28; die übrigen Beispiele beziehen sich – gemäß den Intentionen der Untersuchung – auf Markenphilosophie, Markenbeziehung, Markenbeurteilung, Werbung und Eventmarketing):

- "Medienalltag zwischen Pragmatismus und Moral":

Die Medienbeziehung von Jugendlichen ist zu charakterisieren als merkwürdige Mischung aus "pragmatischem Kosten-Nutzen-Denken und moralischem Gut-Böse-Urteil". Das Fernsehen wird benötigt, jedoch nicht "geliebt"; das Kino geschätzt, aber nicht gebraucht.

- "Medienzukunft – Gefürchtet und gefordert":

Jugendliche fürchten sich einerseits vor zunehmender Medienabhängigkeit und damit einhergehendem Verlust an Realität, andererseits sind ihre Wünsche auf mehr Vernetzung und Virtualität gerichtet.

Folgt man den Aussagen und Kommentaren der SPIEGEL-SPECIAL-Umfrage, der YOYO-Studien und weiterer Untersuchungen (z.B. der europäischen Jugendstudie Future Youth, einer Marketingstudie, die öffentlich nicht zugänglich ist), scheinen Ich-Bezogenheit, Negierung von Werten und Autoritäten, Ablehnung alles Kollektiven, Illusions- und Visionslosigkeit, Gefühle der Verunsicherung und Angst, kritisches und wählerisches Konsumentenbewußtsein (das allerdings nicht für sogenannte Kultmarken gilt), Lust auf Spaß und ständige Suche nach neuen Reizen zu Merkmalen heutiger Jugendlicher zu zählen.

Jugend aus der Sicht wissenschaftlicher Jugendforschung

Das Bild von Jugend, das gegenwärtig die aktuelle wissenschaftliche Jugendforschung vermittelt, ist gegenüber der genannten Umfrage und den zitierten Marketing-Studien wesentlich differenzierter und vermeidet den Fehler unzureichender Pauschalisierungen. Wie die breit angelegte Untersuchung von G. Schmidtchen (1997) und die neueste, vom Jugendwerk der Deutschen Shell herausgegebene 12. Jugendstudie (*Jugend '97*) zeigen, bedeutet das allerdings nicht, daß sich – bedingt durch nicht identische Untersuchungszeiträume und unterschiedliche Fragestellungen bzw. Erkenntnisinteressen – in der Diagnose immer schneller werdender Trendbewegungen eine generelle Übereinstimmung herstellen läßt. Zur Frage der Lebensperspektiven ist zwischen der Schmidtchen-Untersuchung und der 12. Shell Jugendstudie bereits ein aufsehenerregender Umbruch zu konstatieren.

In der Untersuchung von Schmidtchen, die einen Überblick über Lebensperspektiven und Verhaltensprobleme von Jugendlichen in West- und Ostdeutschland (7631 Befragte) gibt, sind bei der Frage nach dem Sinn des Lebens (Schmidtchen 1997, 422) zwar auch deutliche Hinweise für Ich-Bezogenheit und Hedonismus zu erkennen, doch erweisen sie sich nicht als allein dominant (Rangplätze 1-9 von insgesamt 19; nach West und Ost differenziert):

Glücklich sein, viel Freude haben (85/79%); im Leben etwas leisten (63/74%); das Leben genießen (75/71%); die Welt kennenlernen (64/68%); Persönlichkeit entwickeln (72/68%); vor sich selber bestehen können (65/62%); eine unabhängige Persönlichkeit werden (61/59%); von Mitmenschen geachtet werden (45/59%); ganz selbst sein, nicht einfach tun, was andere wollen (60/57%).

Von noch mehr Nüchternheit und Realismus geprägt sind die Antworten auf die Frage nach dem Lebensziel, die nach Schmidtchen (1997, 45 f.) für die Jugendlichen aus Westdeutschland als Rückkehr zu einer von "Soziologen als altmodisch bezeichneten Orientierung" interpretiert werden kann:

Guter Beruf/Interessante Arbeit (87,8/90,0%), finanzielle Sicherheit (86,5/89,8%), ausgefüllte Partnerschaft (83,8/84,5%), guter Bekanntenkreis (82,8/81,8%), gutes Wohnen (77,0/80,0%), Familie und Kinder (74,5/79,0%), Leben in Harmonie mit anderen (79,8/78,0%), im Leben

etwas leisten (74,3/77,8%), sich weiterbilden (69,5/71,0%), mehr Zeit für sich selbst haben (73,3/67,3%), einen kreativen Lebensstil entwickeln (70,5/65,0%), reisen und die Welt erleben (64,5/63,0%), interessantes Hobby besonders pflegen (68,3/62,3%), sich für andere Menschen einsetzen (61,5/59,0%), sich für Ideen und Überzeugungen einsetzen (63,0/55,5%), möglichst ungebunden sein (48,0/44,0%), sich politisch engagieren (31,5/28,3%), festen Halt im Glauben haben (35,0/27,3%).

Eine Clusteranalyse der Lebensziele zeigt, daß die primäre Dimension ("Teilhabe an der gesellschaftlichen Wertschöpfung") in Hauptmotive der Leistungs- und Wohlstandswerte einerseits und der kommunikativen Werte andererseits gegliedert werden kann. Wird diese Differenzierung skaliert und die Population am Median der Skalen geteilt, ist jeweils eine Zweiteiligkeit das Resultat. Durch Kombination dieser Dichotomien ergibt sich mit unterschiedlichen Anhängerschaften in West und Ost eine viergruppige Typologie:

1. pragmatische Idealisten, die leistungs- und kommunikative Werte anstreben,
 2. Ökonomen, deren Motive auf eine unmittelbare Lebenssicherung ausgerichtet sind,
 3. asketische Idealisten, die sich vornehmlich an kommunikativen Qualitäten und Gemeinschaftswerten orientieren,
- und
4. Anspruchslose (Schmidtchen 1997, 55 ff.).

Der kürzlich erschienenen 12. Shell Jugendstudie *Jugend '97* ist als zentrales Ergebnis zu entnehmen, daß von allen Problemen, die heutige Jugendliche in West- und Ostdeutschland beschäftigen, an erster Stelle die der Arbeitswelt stehen (Massenarbeitslosigkeit, Lehrstellenmangel, Sozialabbau, Verarmungsprozesse). Gesellschaftliche Krisen sind damit in das Zentrum jugendlicher Erlebniswelten gerückt: In West und Ost nennt beinahe jeder zweite Jugendliche als Hauptproblem die Arbeitslosigkeit; geschlechtsspezifische Differenzen bestehen bei dieser Angabe nicht. Die steigende Arbeitslosenzahl wird von über 92 Prozent aller befragten Jugendlichen als gravierend oder besonders gravierend empfunden, mehr als 88 Prozent sehen in ihr eine Beeinträchtigung der persönlichen Zukunft. Jugendliche in Ostdeutschland halten nach der Arbeitslosigkeit den Lehrstellenmangel für das zweite große Problem. Allgemeines Ergebnis aller dieser Einschätzungen sind

große Skepsis und mangelndes Vertrauen gegenüber der Politik und damit gegenüber der Welt der Erwachsenen: Jugendliche fühlen sich "im Stich gelassen und einflußlos" (Fischer/Münchmeier 1997, 14; s. dazu auch Wilkinson 1997, 105 f. und 111 ff.). Zum gleichen Ergebnis kommt die jüngste, Ende September 1997 vorgestellte Studie *Jugend und Freizeit* des Hamburger B.A.T.-Freizeitforschungsinstituts: Die Sorge um Arbeit, Ausbildung und Einkommen überschattet alle anderen Themen, die Jugendliche beschäftigen; 93 Prozent der 14- bis 29jährigen Bundesbürger fordern wirksame Maßnahmen gegen die Arbeitslosigkeit.

Fragen zur psychischen Verfassung Jugendlicher sind ebensowenig mit Pauschalurteilen oder Schlagworten zu beantworten wie die nach Lebensstilen Jugendlicher. In der 11. Shell Jugendstudie *Jugend '92* werden sechs verschiedene Lebensstilbereiche unterschieden. Hauptkomponenten dieser Lebensstilbereiche bilden Freizeitaktivitäten, Filmgenres, Musikgenres (über die besondere Problematik dieser Komponente wird später noch zu reden sein), Kleidungsstil, Präferenzen für jugendliche Gruppenstile und Wertorientierungen. Bezeichnet sind die verschiedenen Lebensstilbereiche als "hochkulturelle Orientierung", "konventionell-kommerzielle Orientierung", "modisch-hedonistische Orientierung", "Subjektbezogenheit und ökologisch-ganzheitliche Orientierung", "konsumorientiert-materialistische Orientierung" sowie "Unterhaltung und action". Mit Ausnahme des ersten Lebensstilbereichs haben sie einen jeweils zwischen West und Ost differierenden Stellenwert (Georg 1992, 274 ff.).

In der jüngsten Shell Jugendstudie (*Jugend '97*) wird festgestellt, daß jugendkulturelle Stile zwar nach wie vor einen hohen Stellenwert für Freizeit und kulturelle Orientierungen besitzen, im Sinne "subkultureller Visionen und Formen einer 'besseren' und jugendgemäßerer Gesellschaft" aber zunehmend an Bedeutung verlieren (Fischer/Münchmeier 1997, 20).

Jugendkultur(en)

Wird über Jugend diskutiert, kommen unweigerlich die Bezeichnungen Jugendkultur(en), Jugendszenen und Subkultur(en) ins Spiel. Alle drei Bezeichnungen sind nicht frei von begrifflichen und

und inhaltlichen Unschärfen. Das gilt insbesondere für Subkultur(en). Obwohl inzwischen weniger gebräuchlich, ist dieser Begriff immer noch zu lesen und zu hören und wird zudem nicht selten als Synonym für Jugendkultur(en) gebraucht. Warum eine weitere Verwendung des Ausdrucks Subkultur(en) problematisch ist, haben W. Ferchhoff (1990, 65 ff.) und D. Baacke (1993a, 123) mit plausiblen Argumenten begründet. Gegen diesen Terminus spricht u.a. die Suggestivierung von kulturellen Sphären unterhalb der sogenannten Hochkultur, ein Nahelegen der Annahme von genau ausdifferenzierenden gesellschaftlichen Teilsystemen und die nicht durchgängig zu verifizierende Behauptung einer exakten Lokalisierbarkeit einzelner Subkulturen.

Widersprüchlich, nicht selten vage und deshalb unbefriedigend bleiben auch die Versuche einer begrifflichen Füllung und inhaltlich-strukturellen Deutung der Bezeichnung Jugendkulturen. Interpretiert werden Jugendkulturen u.a. als Regelabweichung oder besondere Formen eines abweichenden Verhaltens, als Ausdruck eigener Lebensformen, als Protest, Widerstands- und Absetzbewegungen, als abbildendes oder reagierendes Element im Hinblick auf gesamtgesellschaftliche Problemlagen sowie als Antriebskraft für gesellschaftsverändernde Prozesse (s. hierzu die Auflistung von Erklärungspunkten bei Ferchhoff 1990, 14 ff., und Baacke, 1993a, 132).

Mit Fragezeichen zu versehen sind auch jugendkulturelle Typologierungsversuche. Sie müssen oft ein Zuviel an Widersprüchlichem unter eine Rubrik subsumieren oder klammern vereinfachend Nuancierungen aus, wodurch fließende Übergänge, Überschneidungen oder Vermischungen keine Berücksichtigung finden. Zudem konstruieren sie eine Statik, die Relativitäten außer acht läßt, welche aufgrund einer oftmals nur zeitweiligen oder nur partiellen Zugehörigkeit von Jugendlichen zu einer bestimmten Gruppierung bestehen.

Eine aktuelle, zusätzliche Problematik erwächst den Typologierungsversuchen aus der mehr und mehr unüberschaubar werdenden Vielzahl jugendlicher Gruppierungen, die mit einer sich immer rascher vollziehenden Ausdifferenzierung jugendlicher Verhaltensweisen, Einstellungen, Meinungen, Wertorientierungen und Lebensstile korrespondiert.

Die hier skizzierten Schwierigkeiten, die mit dem Versuch einer Bündelung vielfältiger jugendkultureller Gruppierungen zu einer Reihe von Typen oder Orientierungsmustern verbunden sind, können anhand relevanter Publikationen mit zwei interessanten Beispielen dokumentiert werden. Es handelt sich um Klassifizierungen, die W. Ferchhoff und E. Lange Anfang der 90er Jahre publiziert haben. Im Kontrast zu diesen Klassifizierungen wird ein vornehmlich jugendlichen Szenen entstammender Differenzierungsversuch angefügt.

Ferchhoff (1990, 145 ff.) unterscheidet in deskriptiver Vorgehensweise folgende fünf Rubriken:

- Gruppierungen unterschiedlichster Art mit "eher regredierenden Formen des sozialen Rückzugs" (etwa in Drogen, in "religiöses, spirituelles Sektierertum", in die Sehnsucht nach der "kosmologisch-mystischen Weltharmonie" und in verschiedene Varianten einer "alzu narzißtisch gefärbten Innerlichkeit").
- Gruppen, die auf die "Entfaltung und Kultivierung alternativer, vor allem sozialer und kreativer (Überlebens-)Kompetenzen" gerichtet sind.
- Postmoderne Gruppierungen mit hedonistischer Orientierung (relativ cool, in gewisser Hinsicht anti-ideologisch, mode-, medien- und konsumbezogen).
- Gruppierungen, die Gewalttätigkeiten erleben wollen, d.h. entweder körperliche Auseinandersetzungen suchen oder in sie verwickelt werden möchten.
- Gruppierung von 'normalen', familienorientierten Jugendlichen (die mit Abstand größte Gruppierung).

Aufgrund von Befunden einer empirischen Studie differenziert E. Lange (1991, 106 ff.) zwischen drei Lebensstilen 15-20jähriger Jugendlicher in West- und Ostdeutschland ("sozial-politisch aktiver Öko-Stil", "kleinbürgerlicher, unauffälliger Stil", "hedonistischer Stil") und grenzt in Kombination von Lebensstilen, "individuellen personen- und gesellschaftsbezogenen Werthaltungen" und sozialstrukturellen Merkmalen vier verschiedene, allerdings nur für westdeutsche Jugendliche geltende Orientierungsmuster voneinander ab:

- "Sozial-politisch postmaterialistische Orientierung" (sozialpolitischer Lebensstil mit Akzentuierung postmaterialistischer Werte und der personenbezogenen Werte Selbstverwirklichung und Emanzipation; überdurchschnittliche Ausprägung der Leistungsbereitschaft).

- "Kleinbürgerliche privatistische Orientierung" (Betonung privater Werte wie Liebe, Treue, Freundschaft; unterdurchschnittliche Leistungsbereitschaft).
- "Hedonistische Orientierung" (Akzentuierung von Werten wie Lebensgenuss, Abenteuer, Abwechslung, Sexualität; geringe Leistungsbereitschaft und wenig Neigung zum Konsumverzicht).
- Karrierebezogene, leistungsbetonte materialistische Orientierung" (Betonung materieller Werte, Streben nach beruflichem Erfolg).

Aus hauptsächlich jugendlicher Perspektive werden neuere jugendkulturelle Entwicklungen mit einer Aufgliederung in House, Tribe und Nation zu skizzieren versucht (Poschardt 1994, 24 ff.).

'House' ist eine Art Ersatzfamilie, zu der sich in den USA schwarze Homosexuelle (Vogueer) zusammenfanden. Houses waren gut organisiert, hatten einen eigenen Namen, ein eigenes Familienoberhaupt und einen eigenen Verhaltenskodex. Aus Gründen der "Homo-Phobie im Aids-Zeitalter" und des Rassismus in der Ära Reagan blieb jedoch der Traum "vom großen kleinen Glück" unerfüllt. – Unter 'Tribe' (Stamm) wird der International Stussy Tribe (IST) verstanden, der "Besitzer von Kreditkarten und Goaties, das sind Ziegenbärte", angehören. – Mit 'Nation' / 'Nations' wird in Abkehr vom üblichen Begriff Nation für weltweite pluralistische Gemeinschaften plädiert. Unterschieden werden u.a. 'Rave-Nation' und 'Hip Hop-Nation'.

Jugendszenen

Im Gegensatz zum Begriff 'Jugendkultur(en)' erscheint die Bezeichnung 'Jugendszene' bzw. 'Jugendszenen' als weniger kompliziert, weil sie weniger an geistesgeschichtlichen Erläuterungen (u.a. die Wortschöpfung durch den Pädagogen Gustav Wyneken und die Spezifik seiner Konzeption von Jugendkultur) und inhaltlichen Begründungen bedarf (einschließlich einer Diskussion des Ausdrucks 'Kultur'). Möglicherweise ist sie derzeit auch angesichts der Schnellebigkeit jugendlicher Gruppierungen und der Aufsplitterung in kleiner werdende Gruppen und Untergruppen die treffendere Bezeichnung.

Zur derzeitigen Begrifflichkeit ist allerdings wie bei 'Jugendkultur(en)' die nicht seltene Anwendung unklarer, weil unbedachter Formulierungen zu beobachten. Das gilt u.a. für einen teilweise

synonymen Gebrauch von 'Jugendkultur(en)' und 'Jugendszene(n)' oder für eine Verwendung des Terminus 'jugendkulturelle Szenen'. Zur Schärfung der Begriffsgenauigkeit trägt auch nicht bei, wenn einerseits erst dann von 'Szene' die Rede sein soll, wenn Jugendkulturen sich von ihrem sozialen Herkunftsmilieu abgekoppelt haben, andererseits jedoch 'Szene' nur für "postmoderne Unübersichtlichkeit" (Baacke 1993b, 234 f.) reklamiert wird.

Wenn nach eben geäußelter Ansicht gegenwärtig der Terminus 'Jugendszene(n)' der Bezeichnung 'Jugendkultur(en)' vorgezogen werden sollte, sind Bestimmungsmerkmale anzugeben, die das rechtfertigen: Jugendszenen sind als spezifische, von Suche nach Kontakt, Intimität, Solidarität und Spaß gekennzeichnete Interaktionsbereiche zu begreifen, die mit Aneignung symbolischer Räume innerhalb eines gegebenen ökonomischen und kulturellen Rahmens entstehen. Sie ermöglichen soziale Zugehörigkeit, identitätsstützende und identitätsfördernde Erfahrungen und prägen Lebensstile. Die jeweilige Ausrichtung von Jugendszenen erfolgt vornehmlich auf der Ebene medialer Vermittlung (z.B. von Mode, Musik, Sprache). Dabei sind die Trennlinien zwischen einzelnen Gruppierungen vielfach fließend, können allerdings auch ausgrenzende Funktion haben. Insgesamt sind Jugendszenen weitgehend von sozialen Herkunftsmilieus ihrer Szenezugehörigen abgekoppelt, zeitlich begrenzt, in aller Regel nicht organisiert und institutionell nicht gebunden.

Im engen Zusammenhang mit Jugendszenen sind jugendliche Cliques zu sehen, die – wenn nicht allgemeine Beobachtungen und empirische Studien täuschen – zunehmend an Bedeutung gewinnen.

In der allgemeinen und wissenschaftlichen Literatur wurde und wird häufig auf die Bedeutsamkeit von peer groups hingewiesen, ohne bisher in der Regel über die einfache Benutzung dieser Leerfloskel hinauszukommen, d.h. eine inhaltliche Kennzeichnung und Funktion solcher peer groups vornehmen zu können. Der weniger anspruchsvolle Begriff Clique dürfte daher eine angemessenere Bezeichnung für unterschiedlichste jugendliche Gruppenbildungen sein.

Zur Rolle der Musik

Seit dem Rock'n'Roll spielt die Musik in Jugendszenen eine nicht unerhebliche Rolle, wobei Funktion, Einfluß und Bedeutung von (populärer) Musik jeweils variieren. Beschäftigt man sich mit Literatur, die das Thema Jugendszenen (einschließlich ihrer Geschichte) zum Inhalt hat und dabei auch die Musik berücksichtigt, läßt sich feststellen, daß fehlende Differenzierungen, d.h. unterlassene Aufschlüsselungen wechselseitiger Bedeutungsschwerpunkte das primäre Problem mancher Publikationen darstellen. Das erklärt die oftmals globalen und empirisch nicht verifizierbaren Zuweisungen oder Oberflächenbeschreibungen (wie z.B. Aussagen, eine bestimmte Jugendgruppierung habe nur einen bestimmten Musikgeschmack oder eine bestimmte Musik liefere einen wichtigen Beitrag zur Jugendkultur). Zudem wird, wenn von Musik die Rede ist, in Umfragen und auch in empirischen wissenschaftlichen Studien meistens nur das Musikhören, d.h. das musikalische Präferenzspektrum Jugendlicher in Betracht gezogen. Musikalische Aktivitäten Jugendlicher, die zu eigenen Musikszenen führen können (s. hierzu u.a. Nikefta/Volke 1994, 14 ff.), sind vielfach kein Untersuchungsgegenstand oder werden lediglich nebenbei behandelt. So ist z.B. aus der 11. Shell Jugendstudie (*Jugend '92*) nur das lapidare Ergebnis zu entnehmen, daß die Freizeitaktivitäten Instrumentalspiel und Besuch klassischer Konzerte bei Jugendlichen in Westdeutschland an vorletzter Stelle stehen. Aus der 12. Shell Jugendstudie (*Jugend '97*) erfährt man ohne weiterführende Kommentierung, daß als häufige und sehr häufige Freizeitbeschäftigung "Ein Instrument spielen / Musik machen" inzwischen einen etwas höheren Stellenwert einnimmt (bei 22 Prozent der Jugendlichen in Westdeutschland und 10 Prozent in Ostdeutschland).

Die Problematik der Ermittlung des musikalischen Präferenzspektrums Jugendlicher mit Hilfe vorgegebener Genre- und Stilkategorien ist in der Fachliteratur mehrfach diskutiert worden. Erörtert wurden u.a. die diffizile Frage einer Übereinstimmung zwischen Befragter und Befragten im Hinblick auf den Bedeutungsgehalt von Verbalkategorien und die Angemessenheit des methodischen Vorgehens angesichts einer fortschreitenden Individualisierung des musikalischen Geschmacks. Sie gilt im besonderen für den Sektor der populären Musik (s. hierzu u.a. Pape 1987).

Außerhalb der Musikwissenschaft und Musikpädagogik wurde diese Diskussion entweder nicht zur Kenntnis genommen oder man hat aus ihr keine Lehren gezogen. Deutlich zeigt sich das beispielsweise in der 11. Shell Jugendstudie (*Jugend '92*) bei Ergebnissen der Hauptkomponentenanalysen einzelner Lebensstilbereiche. Anhand teilweise unklarer oder nichtssagender oder zum Zeitpunkt der Untersuchung nicht mehr aktueller Kategorien ("Chanson – Liedermacher", "Jazzrock", "Blues, Soul, Gospel", "independent – new wave bzw. no wave", "Modern Jazz", "James Last") wurden fünf bzw. vier Dimensionen des Musikgeschmacks im Vergleich West- und Ostdeutschland konstruiert, deren Aussage- und Erkenntniswert dürftig bleibt (Georg 1992, 270 u. 272). Auch eine Bündelung der Vorgaben "populäre Klassik (z.B. *Kleine Nachtmusik*)", "Kammermusik und Lied", "traditioneller Jazz (z.B. Dixieland)" und "Modern Jazz", die bei der Interpretation des jugendlichen Lebensstils "Hochkulturelle Orientierung" als Argument für die Ausrichtung an den "komplexesten musikalischen Geschmacksrichtungen Jazz und Klassik" gebraucht wird (Georg 1992, 274), trägt kaum zur Aufhellung der Rolle der Musik bei.

Ebenso ist der spezifische Stellenwert, den das Musikhören für Jugendliche hat – in der STERN-Umfrage 1992 rangiert Musikhören als bevorzugte Freizeitaktivität auf Platz fünf, in den beiden letzten Shell Jugendstudien auf Platz zwei – mit einer einfachen Abfrage nicht zu erkunden. Ungeklärt bleiben in der Regel Fragen nach altersmäßig bedingten Schwerpunktsetzungen und Verschiebungen, nach dem bevorzugten Umfeld (allein zu Hause, mit Freunden oder in einer Clique; in der Kneipe oder Diskothek etc.), nach dem Grad der Intensität, d.h. nach dem Ausmaß des Zuhörens oder des Nebenherhörens (etwa während der Hausaufgaben), und nach derzeit beobachtbaren Änderungen von Freizeitaktivitäten. Letztere scheinen dadurch charakterisiert zu sein, daß in genau soviel Zeit immer mehr Aktivitäten ausgeübt werden oder zeitgleich erfolgen (vgl. Opaschowski 1997, 14, und 1998, 29 ff.).

Weitere Aspekte der Funktion, die (populäre) Musik in subjektiver Hinsicht im Leben Jugendlicher einnehmen kann, wurde u.a. in einer 1986 publizierten Studie von H. Bonfadelli et al. (*Jugend und Medien*) mit einer Frage zu eruierten versucht, die achtzehn mehr oder weniger unterschiedliche Funktionen von Musik aufzählt. Die Antworten auf diese Frage wurden zu folgenden fünf Funktionsbereichen zusam-

mengefaßt, die jeweils unterschiedliche alters- und geschlechtsmäßige Gesichtspunkte aufweisen (Bonfadelli et al. 1986, 183 f.): "Musik als Stimmungsausgleich", "Musik als Aktivierung zur Stimmungsverstärkung", "Soziale Funktion der Musik", "Musik als Ersatz" und "Musik als Möglichkeit des Ausbruchs und der Provokation". Abgesehen vom nunmehr über zehn Jahre zurückliegenden Zeitpunkt der Befragung und einer großen altersmäßigen Streuung der Befragten (Jugendliche und junge Erwachsene im Alter von 12 - 29 Jahren) erscheint es als sehr fraglich, ob Funktionen von Musik durch die Vorgabe verbaler Rubriken in einer einzigen Fragestellung abzuhaken sind. Wenn zudem die angegebenen Funktionsbereiche in Ihren Untergliederungen nicht immer als untereinander trennscharf gelten können, verwundert es nicht, daß einige Funktionen aufgezählt werden, die nicht nur für Jugendliche zutreffen.

Zuordnungsversuche populärmusikalischer Stilrichtungen zu bestimmten Jugendszenen, die durch den Ordnungsfaktor Milieu strukturiert sind, bleiben, wenn sie auf rein deskriptiver Ebene erfolgen, problematisch. Als Beispiel ist eine Rubrizierung von Baacke zu nennen, der sich auf ein Klassifikationsmodell jugendeigener Milieus von H. Becker et al. (1984) stützt. Dieses Klassifikationsmodell unterscheidet vier verschiedene Milieus: ein "subkulturelles" Milieu (stark maskulinen und körperbetonten Zuschnitts; u.a. Rokergruppen, Hausbesetzer, Moped-Cliquen, Fußball-Fans), ein "gegenkulturelles" Milieu (Protest- und Alternativbewegungen; u.a. Anti-Atomkraft-, Friedens- und Ökobewegung), ein Milieu "manieristischer Strömungen" (vornehmlich auf Konsum und Mode konzentriert) und ein Milieu der "institutionell-Integrierten" (familienorientiert und in traditionellen Verbänden organisiert). Diesen Milieus ordnet Baacke (1993b, 234) folgende "Musik-Milieus" zu:

" [...] subkulturelle Milieus bevorzugen Hardrock, gegenkulturelle Milieus erwärmen sich für Folk-Rock und anspruchsvollere Formexperimente; die manieristischen Milieus sind offen für Disco-Musik, Mainstream, aber auch, als intellektuell ironische Variante, Heavy Metal, während die institutionell-Integrierten, sich an der Familie Orientierenden am wenigsten einen ausgeprägten rockmusikalischen Geschmack erkennen lassen."

Die Einwände gegenüber solchen einfachen Gleichsetzungen sind in drei Punkten zu formulieren:

- a) Es gibt kaum unpräzisere musikstilistische Bezeichnungen als Folk-Rock, Disco-Musik und Mainstream. Die Möglichkeit und

Notwendigkeit ihrer Ausfächerungen zu einer größeren musikalischen Palette stellt bereits eine einseitige Milieuzuschreibung in Frage.

- b) Verlässliche empirische Daten, die Baackes Thesen zu verifizieren vermögen, existieren bisher nicht. Auch Präferenz-Untersuchungen früherer Jahre, die eine größere Streuung jugendlicher Vorlieben im populärmusikalischen Bereich erkennen lassen (u.a. Behne 1986; Bonfadelli et al. 1986), sind keine Hinweise zu entnehmen, die diese Behauptungen eindeutig untermauern. Dagegen spricht weiterhin eine allgemeine, seit Jahren schon beobachtbare und empirisch in verschiedenen Untersuchungen bestätigte Entwicklung zur Individualisierung.
- c) Das zitierte und für noch gültig erklärte Milieu-Ordnungsschema von Becker et al. muß inzwischen aufgrund eines neuen, im wesentlichen vom Sinus-Institut (Heidelberg) entwickelten Milieubegriffs (und Milieu-Modells) als nicht mehr zutreffend angesehen werden. Dieser Milieubegriff weist nicht mehr die "sozialstrukturelle Tiefenstruktur auf, der Individuen durch den zwanghaften Zuweisungscharakter" kaum entgegen konnten, sondern zeichnet sich "infolge der Individualisierungsprozesse gleichermaßen durch Erosion, neue Offenheit und Differenzierung" aus (Heitmeyer u.a. 1995, 37). Dies bedeutet u.a., daß bestimmte Milieus nicht mehr allein an einer bestimmten Schicht festzumachen sind.

Eine empirisch ermittelte Zuordnung von Musikpräferenzen zu verschiedenen jugendlichen Gruppierungen hat 1996 K.-E. Behne veröffentlicht. Im Rahmen einer seit 1991 laufenden Längsschnittstudie (*Entwicklung des Musikerlebens im Jugendalter*) wurde 1995 einhundertundfünfzig Jugendlichen im Alter von ca. fünfzehn Jahren eine Liste mit dreizehn jugendlichen Gruppierungen vorgelegt. Mit einer Ausnahme (Differenzierung bei "Skinheads" in "linke Skins" und "rechte Skins") wurden diese Gruppierungen der 11. Shell Jugendstudie (*Jugend '92*) entnommen. Auch die Antwortkategorien entstammten dieser Studie und ermöglichten positive, indifferente und negative Reaktionen der Befragten ("rechne mich selbst dazu / lebe so ähnlich"; "gehöre nicht dazu, finde solche Leute aber ganz gut" - "die Gruppe ist mir ziemlich egal / kann ich tolerieren" - "die Gruppe kann ich nicht so gut

leiden"; "das sind Gegner/Feinde von mir / ich bekämpfe sie" - "noch nie gehört / kann mir nichts darunter vorstellen").

In der 11. Shell Jugendstudie wurde mit einer Vorgabe von neunzehn verschiedenen Gruppierungen gearbeitet (u.a. "Punks", "Fußball-Fans", "Fans von Musikgruppen", "Disco-Fans", "Computer-Fans", "Skin-heads"). Die Begriffe 'Szene' oder 'Jugendszene' sind in der Fragestellung nicht genannt.

Betrachtet man die Ergebnisse dieser Frage (insbesondere die nicht geringe prozentuale Anteiligkeit indifferenter Antworten), ist zu bezweifeln, ob bestimmte gewählte Gruppierungskategorien als allein jugendspezifisch zu bezeichnen sind (wie z.B. "Kernkraftgegner, Anti-Atomkraft-Bewegung", "Friedensbewegung", "FKK-Bewegung", "Jogging", "Okkulte Gruppen"). Andererseits fehlen eine Techno-Rubrik und Kategorien jugendlicher Gruppierungen wie u.a. Skater, Sprayer, Rapper, Surfer, die auch schon zum Zeitpunkt der Befragung von Relevanz waren.

Die beiden auf Musik bezogenen Kategorien ("Fans von Musikgruppen", "Disco-Fans") sind in Ihrer Titulierung so allgemein gehalten, daß sie zur Aufschlüsselung von Jugendszenen nur bedingt etwas beizutragen vermögen.

Ob insgesamt gesehen alle zwölf der von Behne aus der 11. Shell-Studie übernommenen Gruppierungen ohne weiteres mit dem Begriff 'Szene' bzw. 'Jugendszene' zu belegen sind, erscheint problematisch.

Der 12. Shell Jugendstudie (*Jugend '97*) liegt eine revidierte und auf 21 erhöhte Liste von Gruppenstilen zugrunde (u.a. jetzt mit der Hinzufügung "Technofans").

Die Gegenüberstellung musikrelevanter Gruppierungen in der 11. und 12. Studie läßt erkennen, daß die Zugehörigkeit zur bzw. die Sympathie für die Gruppierung "Disco-Fans" leicht angestiegen ist (Altersschwerpunkt: zwischen 16 und 18 Jahren). Gleiches gilt für die Werte der Musikgruppen-Fans. Aufgrund der verwendeten Begrifflichkeit bleibt der Aussagewert aber auch hier gering (bezeichnenderweise wird in der 12. Studie der Terminus "Discofan" als "breitgespannter Überbegriff" eingestuft). Mit der erst in dieser Untersuchung angegebenen Gruppierung "Technofans" identifizieren sich 12 Prozent aller Befragten (Altersschwerpunkt: zwei Drittel unter 20 Jahren); im Gegensatz zu "Disco-Fans" und "Fans von Musikgruppen" stoßen "Technofans" auch auf Gegnerschaft (4 Prozent in der Kategorie "Gegner/Feinde von mir").

Vergleicht man im Gesamtergebnis die zwölf Gruppierungen, die die Untersuchung von Behne und die 11. Shell Jugendstudie gemeinsam haben, ergibt sich bei "Fans von Musikgruppen" und "Disco-Fans" in den Sympathiewerten eine unterschiedliche Rangfolge: Während in der Behne-Untersuchung die "Fans von Musikgruppen" auf Platz eins und die "Disco-Fans" auf Platz vier stehen, rangieren in der Shell-Studie '92 (und auch in der Studie '97) die Musikgruppen-Fans an dritter und die Disco-Fans an siebter (Studie '92) bzw. fünfter Stelle (Studie '97). Werden dagegen nur die Ergebnisse der 13 - 16jährigen Befragten der Studie '92 denen der Behne-Studie gegenübergestellt (Jugendliche im durchschnittlichen Alter von 15 Jahren), ist eine gleiche Rangfolge festzustellen. Das zeigt, daß der Alterskomponente bei Untersuchungen über die Rolle der Musik in Jugendszenen eine besondere Beachtung geschenkt werden muß.

In der Diskussion der Frage, welche Musikpräferenzen welchen jugendlichen Gruppierungen zuzuordnen sind (auf der Basis errechneter Korrelationen zwischen Sympathien/Antipathien für bestimmte Gruppierungen und fünfundvierzig vorgegebenen musikstilistischen Bezeichnungen), weist Behne (1996, 7) u.a. darauf hin, daß es kaum "Szenen" gebe, "die nicht auch durch die stärkere Ablehnung bestimmter Musik geprägt sind." Das sei ein Beleg für die Tatsache, "daß die Orientierung an bestimmten Jugendszenen fast stets die Distanzierung von bestimmten 'musikalisch Andersdenkenden' impliziert." Merkwürdig aus dem Rahmen aber falle die "Szene der 'Disco-Fans' ", deren musikalische Toleranz eindeutig am geringsten sei (Ablehnung von weiten Bereichen der Popmusik, seien es "Oldies (Beat & Pop, Rock'n'Roll)" oder eher etwas ausgefallenerer Richtungen der neueren Popmusik, umgekehrt dagegen u.a. Bevorzugung von "Techno, Rave, Dance, House und Disco"). Hier wird nochmals deutlich, daß die Kategorie "Disco-Fans" zu verallgemeinernd formuliert und auch als Szene-Begriff wenig geeignet erscheint (gleiches gilt für die Kategorie "Fans von Musikgruppen"). Denn es gibt nicht **die** Szene der Disco-Fans und auch nicht **die** Disco-Szene. Wohl aber existieren Szenen aus den Bereichen Rave, Hip Hop oder Soul mit zu differenzierenden Unterkategorien. So kann man z.B. schon allein bei Rave unterscheiden zwischen Rave (hier sind Events wie die MAYDAY, DJs wie Sven Väth, Labels wie LOW SPIRIT und Clubs wie das OMEN in Frankfurt/M. zu nennen) und House (mit DJs wie Chris

Liebig oder Taucher, der Plattenfirma EYE Q bzw. dem Label HARTHOUSE (inzwischen allerdings in Konkurs gegangen), mit Clubs wie dem TRESOR in Berlin). Jeweilige Sub-Szenen können wiederum in sich unterschiedliche und/oder überkreuzende Merkmale aufweisen. Hierbei fallen auch Unterschiede zwischen kommerzialisierten Formen dieser Szenen (z.B. Scooter als kommerzialisierte Techno) und dem sogenannten Underground auf (beispielsweise das Label LADOMAT). Ähnliche Phänomene finden sich in unterschiedlichen Szenen des Hip Hop. Es läßt sich sehr darüber streiten, ob diese Untergruppierungen ebenfalls noch mit dem Begriff "Jugendszenen" zu etikettieren sind. Nicht darüber streiten läßt sich jedoch, daß gerade heute eine empirische Ermittlung dieser und anderer musikalischer Implikationen ein höchst schwieriges Unterfangen darstellt. Dabei erhöht sich noch die Schwierigkeit, wenn die Ermittlung nur auf der Basis quantitativer Forschung erfolgt. Deshalb wäre es derzeit schon zu begrüßen, wenn es ein Mehr an kritischer teilnehmender Beobachtung geben würde.

Eine auf quantitativer Grundlage vorgenommene Zuordnung verbaler Musikpräferenzen zu einzelnen Jugendszenen ist ein interessanter Versuch auf dem Wege, Auskunft über die spezifische Rolle der Musik zu erhalten. In der Zuverlässigkeit allen deskriptiven Konstruktionen gegenüber eindeutig überlegen, bleibt er jedoch zunächst nur ein erster Schritt.

Kurzes Resümee

- Bei allen unterschiedlichen Erkenntnisinteressen sowie unterschiedlichen Untersuchungsdesigns und Untersuchungsmethoden haben Umfragen, Marketing-Studien und Untersuchungen aus dem Bereich der wissenschaftlichen Jugendforschung eines gemeinsam: die Präsentation eines widersprüchlichen Bildes von Jugend. Dieses Bild von Jugend kann nicht auf einen griffigen oder auch ein paar griffige Nenner gebracht werden.
- In Publikationen (eingeschlossen wissenschaftliche Veröffentlichungen) werden die Begriffe 'Jugendkultur(en)' und 'Jugendszene(n)' meistens kunterbunt durcheinander und in der Regel ohne inhaltliche Füllung benutzt. Hier in einen allgemeinen Sprachgebrauch korrigierend eingreifen zu wollen, dürfte sich als sinnloses Unterfangen erweisen. Im wissenschaftlichen Bereich sollte man sich allerdings weitaus mehr als bisher darum bemühen, beide Begriffe exakter einzugrenzen und damit die nicht seltene synonyme Verwendung vermeiden.
- Der Studie von K.-E. Behne verdanken wir einige interessante Hinweise zu jeweiligen musikalischen Vorlieben und Abneigungen in verschiedenen jugendlichen Gruppierungen. Welche spezifische Rolle bestimmte Richtungen der aktuellen Popmusik in Jugendszenen spielen und ob Jugendszenen sich in erster Linie über die Ebenen Musik, Mode und Drogen definieren lassen (vgl. Behne 1996, 4), darüber kann m.E. noch kein abschließendes Urteil getroffen werden. Während anzunehmen ist, daß die Musik z.B. in Szenen der Techno-Anhänger (der Plural ist angebracht, weil Techno heute nur noch als Oberbegriff für verschiedene Szenen und musikalische Stilrichtungen steht), in Szenen der Heavy-Metal-Fans bzw. der Fans von Speed-, Trash-, Black- und Death-Metal, der Hip Hop-Anhänger oder der Gruffies (Indie, Industrial, Death-Metal) eine dominante und z.T. auch szeneneingrenzende Funktion hat, scheint ihr Stellenwert in anderen Jugendszenen weder einfach noch eindeutig bestimmbar zu sein.

Literatur

a) Jugend / Jugendkulturen / Jugendszenen

- Allerbeck, U. / Hoag, W. (1985): Jugend ohne Zukunft? Einstellungen, Umwelt, Lebensperspektiven. München-Zürich.
- Baacke, D. (1972): Jugend und Subkultur. München.
- (1993a): Jugend und Jugendkulturen. 2., überarbeitete Auflage, Weinheim-München.
- Baacke, D. / Heitmeyer, W. (Hg.) (1985): Neue Widersprüche. Jugendliche in den achtziger Jahren. Weinheim-München.
- Baacke, D. / Dollase, R. / Volkmer, I. / Dresing, V. (1988): Jugend und Mode. Kleidung als Selbstinszenierung. Opladen.
- Baacke, D. / Ferchhoff, W. (1988): Jugend, Kultur und Freizeit. In: Krüger, H.H. (Hg.): Handbuch der Jugendforschung. Opladen. S. 291 - 326.
- Baacke, D. / Sander, U. / Vollbrecht, R. (1991): Medienwelten Jugendlicher. Opladen.
- Becker, H. / Eigenbrodt, J. / May, M. (1984): Pfadfinderheim, Teestube, Straßenleben. Jugendliche Cliques und ihre Sozialräume. Frankfurt/M.
- Charlton, M. / Neumann-Braun, K. (1992): Medienkindheit – Medienjugend. Eine Einführung in die aktuelle kommunikationswissenschaftliche Forschung. München.
- Coupland, D. (1991): Generation X. Tales for an Accelerated Culture. New York 1991. Dt. als: Generation X – Geschichten für eine immer schneller werdende Kultur. München (TB; o.J.).
- Deese, U. / Hillenbach, P.E. / Kaiser, D. / Michatsch, Chr. (Hg.) (1996): Jugend und Jugendmacher. Das wahre Leben in den Szenen der Neunziger. Düsseldorf-München.
- Die Spiegel-Jugendumfrage '94 (1994): Was junge Deutsche denken, wollen, lieben, hassen, tun und lassen. In: Spiegel special. 11.
- Du Bois-Reymond, M. / Oechsle, M. (Hg.) (1990): Neue Jugendbiographie? Zum Strukturwandel der Jugendphase. Opladen.
- Eckert, R. / Drieseberg, Th. / Willems, H. (1990): Sinnwelt Freizeit. Jugendliche zwischen Märkten und Verbänden. Opladen.
- Ferchhoff, W. (1990): Jugendkulturen im 20. Jahrhundert. Von den sozialmilieuspezifischen Jugendkulturen zu den individualitätsbezogenen Jugendlichen. Frankfurt/M.
- Ferchhoff, W. / Sander, U. / Vollbrecht, R. (Hg.) (1995): Jugendkulturen – Faszination und Ambivalenz. Einblicke in jugendliche Lebenswelten. München-Weinheim.
- Fischer, A. / Münchmeier, R. (1997): Die gesellschaftliche Krise hat die Jugend erreicht. Zusammenfassung der zentralen Ergebnisse der 12. Shell Jugendstudie. In: Jugend '97 (12. Shell Jugendstudie). Opladen. S. 11 - 23.
- Fritsche, Y. (1997): Jugendkulturen und Freizeitpräferenzen: Rückzug vom Politischen? In: Jugend '97 (12. Shell Jugendstudie). Opladen. S. 343 - 377.
- Georg, W. (1991): Lebensstile Jugendlicher in der Freizeit. Eine Fallstudie. In: Neue Praxis. 4. S. 358 - 370.
- (1992): Jugendliche Lebensstile – Ein Vergleich. In: Jugend '92 (11. Shell Jugendstudie). Bd. 2. Opladen. S. 265 - 286.
- Große Stern-Serie Jugend '96 (1996). "Unsere Nächte sind bunter als eure Tage". Stern. 2 - 8.
- Hebdige, D. (1979): Subculture: The Meaning of Style. London.
- Heitmeyer, W. / Olk, Th. (Hg.) (1990): Individualisierung von Jugend. Gesellschaftliche Prozesse, subjektive Verbreitungsformen, jugendpolitische Konsequenzen. Weinheim-München.
- Heitmeyer, W. u.a. (1996): Gewalt. Schattenseiten der Individualisierung bei Jugendlichen aus unterschiedlichen Milieus. 2. Aufl., Weinheim-München.
- Helsper, W. (Hg.) (1991): Jugend zwischen Moderne und Postmoderne. Opladen.
- Horx, M. (1993): Trendbuch 1. Der erste große Trendreport. Düsseldorf-Wien-New York-Moskau.
- Institut für Jugendforschung (IJF) (1993): Die Macht der Clique. Die "peer group" im Fokus des Jugendmarketing. München.
- Janke, K. / Niehues, S. (1995): Echt abgedreht – Die Jugend der 90er Jahre. München.
- Jugendwerk der Deutschen Shell (Hg.) (1992): Jugend '92. Lebenslagen, Orientierungen und Entwicklungsperspektiven im vereinigten Deutschland (11. Shell Jugendstudie). 4 Bde. Opladen.
- Jugendwerk der Deutschen Shell (Hg.) (1997): Jugend '97. Zukunftsperspektiven. Gesellschaftliches Engagement. Politische Orientierungen (12. Shell Jugendstudie). Opladen.
- Jugend 92. Große Stern-Umfrage (1992). In: Stern. 45.
- Kellner, D. (1997): Jugend im Abenteuer Postmoderne. In: SPoKK (Hg.): Kursbuch Jugendkultur. Mannheim. S. 70 - 78.
- Krüger, C. (1996): Die Egotaktiker in der Medienfalle. Ergebnisse des Lintas Jugendtrendmonitors YOYO. In: Deese, U. u.a. (Hg.): Jugend und Jugendmacher. Düsseldorf-München. S. 25 - 31.
- Krüger, H.H. (Hg.) (1988): Handbuch der Jugendforschung. Opladen.
- Lange, E. (1991): Jugendkonsum. Empirische Untersuchungen über Konsummuster, Freizeitverhalten und soziale Milieus in der Bundesrepublik Deutschland. Opladen.
- Leggewie, C. (1995): Die 89er. Portrait einer Generation. Hamburg.
- Lewis, L.A. (Hg.) (1992): The Adoring Audience. Fan Culture and Popular Media. London-New York.
- Lukesch, H. (1989): Jugendmedienstudie. Regensburg.
- Lüdtke, H. (1989): Jugend – Gesellschaft in der Gesellschaft: die These von der Subkultur. In: Markefka, M. / Nave-Herz, R. (Hg.): Handbuch der Jugend-

- und Familienforschung. Bd. 2: Jugendforschung. Neuwied-Frankfurt/M. S. 113 - 124.
- (1992): Zwei Jugendkulturen? Freizeitmuster in Ost und West. In: Jugend '92. (11. Shell Jugendstudie). Bd. 2. Opladen. S. 239 - 264.
- Manrique, M. (1992): Marginalisierung und Militanz: Jugendliche Bewegungsmilieus im Aufruhr. Frankfurt/M.
- McRobbie, A. (1994): Postmodernism and Popular Culture. London.
- Opaschowski, H.W. (1997): Die Generation der Medienkids will alles sehen, hören und erleben. Wie sich die Freizeitaktivitäten der (jungen) Deutschen verändert haben. In: Frankfurter Rundschau. 9. S. 14.
- (1998): Das Kind wird zum scanner [Interview]. In: Spiegel spezial. 3. S. 29 - 32.
- Redhead, S. (1990): The-end-of-the-century-party: Youth and pop towards 2000. Manchester-New York.
- Schmidtchen, G. (1993): Ethik und Protest. Moralbilder und Wertkonflikte junger Menschen. 2. Aufl., Opladen.
- (1997): Wie weit ist der Weg nach Deutschland? Sozialpsychologie der Jugend in der postsozialistischen Welt. Opladen.
- Samms, C. (1995): Global Generation X: values and attitudes in different countries. London.
- Schnibben, C. (1994): Ein Haufen Ameisen. In: Spiegel special. 11. S. 56 - 59.
- SPoKK (Hg.) (1997): Kursbuch JugendKultur. Stile, Szenen und Identitäten vor der Jahrtausendwende. Mannheim.
- Stolz, M. (1996): Quo vadis, Jugend? Generation XY ungelöst. In: Deese, U. u.a. (Hg.): Jugend und Jugendmacher. Düsseldorf-München. S. 15 - 24.
- Vogelsang, W. (1991): Jugendliche Video-Cliquen: Action und Horrorvideos als Kristallisationspunkte einer neuen Fankultur. Opladen.
- Vollbrecht, R. (1995): Die Bedeutung von Stil. Jugendkulturen und Jugendszenen im Licht der neueren Lebensstildiskussion. In: Ferchhoff, W. / Sander, U. / Vollbrecht, R. (Hg.): Jugendkulturen. Weinheim-München. S. 23 ff.
- (1995): Jugendkulturelle Szenen und ihre Medien. In: Vowe, G. / Friedrichsen, M. (Hg.): Gewaltige Medien. Theorien, Fakten und Analysen zu Gewaltdarstellungen in den Medien. Berlin. S. 169 - 185.
- (1997): Von Subkulturen zu Lebensstilen. Jugendkulturen im Wandel. In: SPoKK (Hg.): Kursbuch JugendKultur. Mannheim. S. 22 - 31.
- Wilkinson, H. (1977): Kinder der Freiheit. Entsteht eine neue Ethik individueller und sozialer Verantwortung? In: Beck, U. (Hg.): Kinder der Freiheit. 3. Aufl., Frankfurt/M. S. 85 - 123.
- Wilkinson, H. / Mulgan, M. (1995): Freedom's Children: work, relationships and politics for 18 - 34 years olds in Britain today. London.
- Willis, P. (1981): Profane Culture. Rocker, Hippies: Subversive Stile der Jugendkultur. Frankfurt/M.
- (1991): Jugend-Stile. Zur Ästhetik der gemeinsamen Kultur. Hamburg-Berlin.
- Zinnecker, J. (1987): Jugendkultur 1940 - 1985. Opladen.

b) Jugend / Jugendkulturen und Musik

- Annas, M. / Christoph, R. (Hg.) (1993): Neue Soundtracks für den Volksempfänger. Nazirock, Jugendkultur und rechter Mainstream. Berlin-Amsterdam.
- Anz, P. / Walder, P. (1995): Techno. Zürich.
- Baacke, D. (1985): Jugendkulturen und Popmusik. In: Baacke, D. / Heitmeyer, W. (Hg.): Neue Widersprüche. Weinheim-München. S. 154 - 174.
- (1993b): Jugendkulturen und Musik. In: Bruhn, H. / Oerter, R. / Rösing, H. (Hg.): Musikpsychologie. Ein Handbuch. Reinbek. S. 228 - 237.
- Behne, K.-E. (1986): Hörertypologien. Zur Psychologie des jugendlichen Musikgeschmacks. Regensburg.
- (1966): Das Szene-Jahrhundert. Jugendszenen und Musikgeschmack. In: Musik und Bildung. 4. S. 4 - 8.
- Blask, F. / Fuchs-Gamböck, M. (1995): Techno. Eine Generation in Ekstase. Bergisch Gladbach.
- Böhle, R.C. (1966): Techno – Tekkno – Tekkkno (I, II). Eigenart einer Jugendkultur. In: Musik in der Schule. 3. 4. S. 114 - 119 (I), 178 - 184 (II).
- Böpple, F. / Knüfer, R. (1991): Generation XTC. Techno und Ekstase. Berlin.
- Bonfadelli, H. / Darkow, M. / Eckhardt, J. / Franzmann, B. (1986): Jugend und Medien. Eine Studie der ARD/ZDF-Medienkommission und der Bertelsmann Stiftung. Frankfurt/M.
- Büßer, M. (1997): Die verwaltete Jugend. Punk vs. Techno. Zur Konstruktion von Jugendbildern. In: SPoKK (Hg.): Kursbuch JugendKultur. Mannheim. S. 80 - 88.
- Chambers, J. (1985): Urban rhythms, pop music and popular culture. London.
- Der Spiegel (1997): Extremisten. "Die sind total gestört". 30. S. 50 - 53.
- Die Gestalten / Chromapark e.V. / Klanten, R. (Hg.) (1995): Localizer 1.0. The Techno House Book. Berlin.
- Die Magie der Melodie. Stars, Hits, Evergreens (1995): special-Umfrage über die musikalischen Vorlieben der Deutschen. In: Spiegel special. 12. S. 63 - 65.
- Frith, S. (1981): Jugendkulturen und Rockmusik. Reinbek.
- Frith, S. / Goodwin, A. (Hg.) (1990): On Record – Rock, Pop and the Written Word. London.
- Helsper, W. (1997): Das "Echte", das "Extreme" und die Symbolik des Bösen – Zur Heavy-Metal-Kultur. In: SPoKK (Hg.): Kursbuch JugendKultur. Mannheim. S. 116 - 128.
- Henkel, O. / Wolff, K. (1996): Berlin Underground. Techno und HipHop zwischen Mythos und Ausverkauf. Berlin.
- Jacob, G. (1993): Agit-Pop. Schwarze Musik und weiße Hörer. Texte zu Rassismus und Nationalismus, HipHop und Raggamuffin. Berlin.
- Meueler, Chr. (1997): Pop und Bricolage. Einmal Underground und zurück: kleine Bewegungslehre der Popmusik. In: SPoKK (Hg.): Kursbuch JugendKultur. Mannheim. S. 32-39.
- Niketta, R. / Volke, E. (1994): Rock und Pop in Deutschland. Essen.

- Pape, W. (1987) : Populäre Musik und Jugend. Notizen zu aktuellen Studien. In: Rösing, H. (Hg.): Zur Tradition, Rezeption und Produktion populärer Musik. Beiträge zur Populärmusikforschung 2. Arbeitskreis Studium Populärer Musik e.V. (ASPM). Hamburg. S. 21 - 29.
- Pape, W. / Beck, B. (1986): Anmerkungen zu musikalischen Verhaltensweisen Jugendlicher. In: Kaiser, H.J. (Hg.): Musikpädagogische Forschung. Bd. 7. Laaber. S. 219 - 232.
- (1986): Musik und Jugend. In: Musik und Bildung. 12. S. 1071 - 1079.
- Poschardt, U. (1994): Warum die Rave Nation eigentlich mehr so etwas ist wie eine Internation. In: Spiegel special. 11. S. 24 - 26.
- (1995): DJ Culture. Hamburg.
- Rimmer, D. (1985): Like Punk Never Happened: Culture Club and the New Pop. London.
- Richard, B. (1977): Schwarze Netze. Die Gruttie- und Gothic Punk-Szene. In: SPoKK (Hg.): Kursbuch JugendKultur. Mannheim. S. 129 - 140.
- Rose, P. (1994): Black Noise. Rap Music and Black Culture in Contemporary America. Hannover-London.
- Rose, T. (1997): Ein Stil, mit dem keiner klar kommt. HipHop in der post-industriellen Stadt. In: SPoKK (Hg.): Kursbuch JugendKultur. Mannheim. S. 142 - 156
- Ross, A. / Rose, T. (Hg.) (1994): Microphone Fiends. Youth Music and Youth Culture. New York-London.
- Savage, J. (1997): Der Trans-Europa-Amerika-Express. Grunge und Techno – der Soundtrack der Generation X. In: SPoKK (Hg.): Kursbuch Jugend-Kultur. Mannheim. S. 374 - 381.
- Spengler, P. (1985): Rockmusik und Jugend: Bedeutung und Funktion einer Musikkultur für die Identitätssuche im Jugendalter. Frankfurt/M.
- Thornton, S. (1996): Club Cultures. Music, Media and Subcultural Capital. Hannover-London.
- Toop, D. (1992): Rap Attack. African Jive bis Global HipHop. St. Andrä-Wärdern.
- Vollbrecht, R. (1988): Rock und Pop – Versuche der Wiederverzauberung von Welt. Individualisierungstendenzen im Medienkonsum und ihre Konsequenzen für die Sinnstiftung und Identitätsbildung im Jugendalter. In: Radde, M. / Sander, U. / Vollbrecht, R. (Hg.): Jugendzeit – Medienzeit. Daten, Tendenzen, Analysen für eine jugendorientierte Medienerziehung. Weinheim-München. S. 82.
- Weinstein, D. (1991): Heavy Metal. A Cultural Sociology. New York.
- Willis, P. (1978): Symbol und Realität – Zur gesellschaftlichen Bedeutung der Popmusik. In: Ästhetik und Kommunikation. 31. S. 48.