

RUPRECHT MATTIG. ROCK UND POP ALS RITUAL. ÜBER DAS ERWACHSENWERDEN IN DER MEDIENGESELLSCHAFT

ANDREAS MEIER. TABUBRÜCHE IN DER MUSIK. ÜBER DEN ZUSAMMENHANG ZWISCHEN GEZIELTEN TABUBRÜCHEN UND DEM KÄUFERVERHALTEN IN DER MUSIKINDUSTRIE

Rezension von Dietmar Elflein

Ruprecht Mattigs Monographie ist im Rahmen der Berliner Ritualstudie entstanden, die unter der Leitung von Prof. Dr. Christian Wulf an der FU Berlin Teil des SFB »Kulturen des Performativen« war. Wichtig für die von Mattig verwendete Begrifflichkeit ist zudem, dass seine Arbeit anfangs aus einem religionsanthropologischen Interesse erfolgte, das sich aufgrund der besseren Interpretierbarkeit des Materials in ein historisch-anthropologisches wandelte.

Als Ergebnis dieser Bemühungen legt Mattig eine stringent aufgebaute qualitative Studie vor. Sein Interesse besteht darin, die Nutzung von Rock- und Popmusik durch Jugendliche ritualtheoretisch zu beschreiben. Er begreift dies als ein zentrales Moment, das in der (in seinen Worten) »Mediengesellschaft« – also im Deutschland des 21. Jahrhunderts – den Übergang vom Kind in das Erwachsenenalter zu strukturieren hilft. Zu diesem Zweck differenziert er den Ritualbegriff und wählt eine »weiche«, von der engen Bindung an Religion und Magie gelöste Ritualdefinition. Zentral ist der weltliche Begriff des Zaubers, der den religiös konnotierten Begriff der Magie ersetzt. Das Zeitalter der Jugend betrachtet er als Übergangsritus, dessen anthropologisch streng eingegrenzte liminale Phase er mittels des flexibleren, an die heutige deutsche Gesellschaft besser angepassten Konzepts des

Liminoiden erweitert. Erhalten bleiben jedoch die zentralen Inhalte der liminalen Phase in Übergangsriten: Jugendliche treten

»mit den transzendenten Wesen in Kontakt, bilden eine abgesonderte Gemeinschaft gleicher, stehen gleichsam zwischen den Geschlechtskategorien und können die Grenzen des normalen Verhaltens in ekstatischen Zuständen überschreiten, bei denen Musik und Tanz eine wichtige Rolle spielen« (Mattig 2009: 65).

Zu fragen bliebe, wer die Definitionsmacht für »normales« Verhalten hat.

Um die zweifellos vorhandenen liminoiden Potentiale des Konsums von Rock- und Popmusik nachzuweisen, bezieht sich Mattig leider im Folgenden auf eine Version der Rockgeschichte, die die Rezeption bestimmter Genres populärer Musik durch die weiße europäische und angelsächsische Jugend ins Zentrum stellt, ohne diese Einschränkungen transparent zu machen. Vielmehr ist allgemein von Jugendlichen die Rede. So kommt er zur Behauptung einer Auflösung traditioneller Geschlechteridentitäten im Rock, während als Beispiel für eine der »politisch reaktionärsten und frauenfeindlichsten Formen der Popmusik« (ebd.: 71) HipHop herhalten muss. Nun sollen hier weder die Geschlechterverhältnisse im HipHop noch der dort gepflegte Umgang mit ihnen beschönigt werden, aber in dieser Gegenüberstellung erscheint die Realität der Geschlechterverhältnisse im Rock doch zumindest rosarot eingefärbt.

Mattigs eigentliches Interesse besteht in einer komparativ-symbolologischen Untersuchung des kulturellen Feldes Rock- und Popmusik – ein Begriffsgebrauch, der explizit nicht auf Bourdieus Ideen Bezug nimmt. Schränkt man die Gültigkeit der Studie auf deutsche Jugendliche ohne Migrationshintergrund ein, so entsteht aus Mattigs Analyse von Konzertbesuchen und vor allem von vier Fanbiographien eine interessante Materialsammlung. Analysiert werden zwei weibliche Biographien (Kurt Cobain resp. Robbie Williams-Fan) und zwei männliche (Xavier Naidoo resp. Britney Spears-Fan). Die Idee, zu Spears eine männliche Fanbiographie auszuwählen und zu Cobain eine weibliche, macht die Lektüre zusätzlich spannend und warnt vor vorschnellen Schlussfolgerungen.

Im Ergebnis konstruiert Mattig entlang der Struktur des Übergangsritus aus Trennungsritus, liminaler Phase und Angliederungsritus eine Typologie. Als erstes beschreibt er zwei grundlegende Möglichkeiten der Fanorientierung: den mehr am Star als Person und den eher an der Musik interessierten Fan. Beim folgenden zweiten Fantypus setzt er den Schwerpunkt auf eine Differenzierung der bei allen Fans zu findenden Orientierung an einer Gemeinschaft Gleichgesinnter entweder in Richtung Gemeinschaft oder in

Richtung Gleichgesinnter. Beide Fantypen können sich überlagern und bilden so eine für das Individuum spezifische Typik heraus. Abschließend unterscheidet Mattig noch zwei Arten der Erzeugung von fanbiographischen Wendepunkten durch wahlweise rituelle Handlungen oder Reflexionsprozesse, die sich wiederum mit der spezifischen Konstruktion von Gemeinschaft im Fan-Sein überlagern können.

Den Kern von Andreas Meiers Arbeit zum Zusammenhang von Tabubruch und Kaufverhalten in der Musikindustrie bildet eine empirische Studie, deren Ergebnisse leider von eher geringer Signifikanz sind: Nur eine der vier Hypothesen kann bestätigt werden. Meier kommt deshalb in seinem Fazit zu dem Schluss, »dass der Begriff des Tabubruchs über eine große Unschärfe verfügt« (Meier 2009: 85).

Diese Unschärfe zieht sich auch nach Auffassung von Meier durch sein Buch. Eingeständenermaßen verfügt er weder über eine genaue Definition des Begriffes Tabubruch noch über ein verallgemeinerbares Modell zur Erklärung des Konsumentenverhaltens im Allgemeinen und im Besonderen, d.h. auf Musik bezogen. Zur Anwendung kommt das Strukturmodell der Kaufverhaltensforschung, das von der Kette Stimulus – Organismus – Response ausgeht. Die von Meier beschriebenen Einschränkungen dieses Modells können seiner Studie natürlich nicht angelastet werden. Der als »Black Box« betrachtete Organismus soll in der Folge mit Erkenntnissen der musikalischen Rezeptionsforschung aufgefüllt werden. Dabei bezieht Meier sich vor allem auf musikwissenschaftliche Literatur aus dem 1990er Jahren. Seine Hauptquelle (Marcel Enghs *Popstars als Marke*)¹ stammt – für einen Diplom-Medienwirt nicht überraschend – aus dem Bereich des Markenmanagements. Problematisch wird das Fehlen musikwissenschaftlicher Tiefenkenntnisse in der Anwendung auf den unscharfen Tabubegriff. Seine Beispiele für Tabubrüche sind zum einen weniger musikimmanent begründet als vielmehr Werktitel aus der sog. E-Musik sowie Coverabbildungen und Songtexte aus den populärmusikalischen Genres HipHop und Heavy Metal sowie von der Band Die Ärzte. Zum anderen weist ihn seine eigene Voruntersuchung mittels Exploration und Experteninterviews auf die Existenz unterschiedlichster musikalischer Tabubrüche hin, die von ihm »so vorher nicht bedacht worden waren« (ebd.: 66). Dies führt dazu, dass er eine seiner Hypothesen als im Rahmen seiner Studie nicht bearbeitbar verwirft. Im Ergebnis unterstreicht die Auswertung seines im Internet bereitgestellten Fragebogens (n = 704) zudem, dass die Musik der wichtigste Kaufanreiz für

1 Engh, Marcel (2006). *Popstars als Marke. Identitätsorientiertes Markenmanagement für die musikindustrielle Künstlerentwicklung und -vermarktung*. Wiesbaden: Deutscher Universitätsverlag.

Musikkäufer ist. Das von ihm dagegen genauer untersuchte Cover wird wie alle Eigenschaften, die er in seinem Fragebogen den Bands und Musikern zuschreibt, als eher unwichtig eingeschätzt.

Seine Stichprobe besteht zu zwei Dritteln aus Männern, 80 Prozent der Befragten sind jünger als 26 Jahre und mehr als die Hälfte verfügt mindestens über das Abitur als Bildungsgrad. Aus diesem Sample destilliert er eine Gruppe von 41 Befragten, für die es ein Kaufanreiz zu sein scheint, dass ein Titel indiziert ist – für Meier ein Hinweis für ein Interesse am Tabubruch. Fast 50 Prozent dieser Gruppe sind noch nicht volljährig. Damit bestätigt sich seine Hypothese, dass vor allem jüngere Konsumenten an indizierter Musik interessiert sind. Bezogen auf die von ihm außerdem untersuchte Wichtigkeit von Individualität für die Rezipienten und der Hypothese, dass Musikrezeption als »emotionale Flucht« genutzt wird, zeigt diese Teilgruppe jedoch keine signifikante Abweichung zum Gesamtsample. Nach Geschlecht oder Bildungsgrad differenzierte Auswertungen legt Meier nicht vor.

Zusammenfassend zeigt die Studie, dass erheblicher Forschungsbedarf besteht, der inter- bzw. intradisziplinär angelegt sein sollte, um bestehende Unschärfen zu minimieren. Im Anhang dokumentiert Meier u.a. Songtexte, den Leitfaden der Exploration, seinen Fragebogen und Transkriptionen der von ihm geführten vier Experteninterviews. Für Heavy Metal-Fans können die Interviews mit Jeff »Mantas« Dunn, ehemals Venom, und Theresa Trenks von Eisregen von Interesse sein.

Dagegen lohnt die Anschaffung von Mattigs qualitativer Studie allein wegen der gründlichen Rekonstruktion der Fanbiographien, die die zugrunde liegenden Interviews in langen Auszügen dokumentiert. Warum jedoch als Begründung für die Notwendigkeit der Studie ein Negieren der Möglichkeit, populäre Musik ästhetisch wertzuschätzen, erhalten muss, bleibt rätselhaft bis ärgerlich:

»Denn es wird deutlich werden, dass Argumente über die vermeintliche Wertlosigkeit der populären Musik an Bedeutung verlieren, wenn man feststellt, dass es bei dieser Musik weniger um Ästhetik als um rituelle Erfahrung geht« (Mattig 2009: 17).

Schade, das war unnötig.

Mattig, Ruprecht (2009). *Rock und Pop als Ritual. Über das Erwachsenwerden in der Mediengesellschaft*. Bielefeld: transcript (264 S., 27,80€).

Meier, Andreas (2009). *Tabubrüche in der Musik. Über den Zusammenhang zwischen gezielten Tabubrüchen und dem Käuferverhalten in der Musikindustrie*. Münster: Telos (150 S., 19,80€).