

Aus der Musiksoziologischen Forschungsstelle (2005/2006) ({
HYPERLINK "<http://www.ph-ludwigsburg.de/3049.html>" })

Forschungsprojekte

„More than Music – eine theoretische und empirische musik- und kultursoziologische Untersuchung der Jugendkultur Hardcore“

More than Music ist ein Forschungsprojekt der Musiksoziologischen Forschungsstelle, das von der PH Ludwigsburg gefördert und durch ein Promotionsstipendium nach dem Landesgraduiertenförderungsgesetz unterstützt wird. In seiner Dissertation analysiert Marc Calmbach ({ HYPERLINK "<http://www.ph-ludwigsburg.de/3231.html>" }) die Jugendkultur Hardcore, in deren Zentrum die alternative Kulturproduktion nach dem do-it-yourself-Prinzip (*DIY*) steht. Bei *DIY* geht es darum, Kultur bzw. kulturelle Objekte möglichst unabhängig von kommerziellen Strukturen zu schaffen und sich somit als widerspenstige Alternative zum Mainstream resp. zur Kulturindustrie zu positionieren und zu organisieren. *DIY*-Aktivismus wird in mehrfacher Hinsicht in den Blick genommen:

- *DIY* wird am Beispiel der Produktion und des Vertriebs von Fanzines und Tonträgern sowie der Organisation von Konzerten als Praxis jugendkultureller Selbstermächtigung bzw. Widerspenstigkeit beschrieben.
- *DIY* wird hinsichtlich seiner Bedeutung als Authentizitätskriterium in den Blick genommen. Theoretischer Hintergrund sind dabei die Konzepte der kulturellen Ökonomie von Bourdieu, Fiske und Thornton sowie Bourdieus Überlegungen zum Feld künstlerischer Produktion. Über *DIY* wird demonstratives Desinteresse gegenüber kommerziellen Zielsetzungen, Strategien und Mechanismen symbolisiert. Es wird die These verfolgt, dass das *DIY*-Prinzip in der Hardcore-Szene als zentraler Gradmesser zur Bestimmung von Authentizität herangezogen wird: Authentisch ist – insbesondere aus Sicht des „harten Kerns“ – wer sich in und für die Szene nach dem *DIY*-Prinzip engagiert und nicht, wer „nur“ nach Hardcore klingt oder aussieht.
- Vor dem Hintergrund der Theorie der musikalischen und medialen Selbstsozialisation sowie dem Konzept der „unsichtbaren Bildungsprogramme“ (Hitzler) wird die Frage der Aneignung und der Vermittlung der entsprechenden Wissensbestände, Diskurse und Kompetenzen beleuchtet, die notwendig sind, um nach dem *DIY*-Prinzip handeln zu können. Es wird gezeigt, dass die für *DIY* notwendigen Fähigkeiten, Fertigkeiten und Wissensformen außerhalb legitimer Bildungsinstitutionen erworben werden.

Neben der kulturellen Praxis und deren jugend- und kultursoziologischen Verortung steht die Analyse des hochdifferenzierten Hardcore-Publikums im Zentrum der Arbeit. Anhand einer Fragebogenbefragung von 410 Konzertbesuchern auf Clubkonzerten und Festivals in Belgien, Deutschland, Luxemburg, Spanien und Tschechien zwischen Juni und Oktober 2004 wird u. a. die soziokulturelle, musikalische und politische Orientierung des HC-Publikums untersucht. Außerdem wird mit den musikalischen Urteilen des HC-Publikums das ästhetische Urteilsverhalten von Hörern einer Randgruppenmusik beleuchtet. In einer Reihe von Vorträgen auf Kongressen und Tagungen stellten Mitglieder der Musiksoziologischen Forschungsstelle Ergebnisse des Projekts *More than Music* vor:

- Vortrag „*More than Music. Musiksoziologische Einblicke in die Jugendkultur Hardcore*“ im Doktorandenkolloquium von Prof. Rainer Winter am Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft der Universität Klagenfurt am 08.06.2005.

- Vortrag (mit Stefanie Rhein) „*Be part of the scene, not just the scenery – Zur Bedeutung des do-it-yourself-Prinzips in der Jugendkultur Hardcore*“ auf dem Kongress „Landscapes of Cultural Studies“ an der Universität Klagenfurt vom 13.-15.10.2005.
- Vortrag „*DIY or DIE. Alternative Kulturproduktion in Jugendszenen*“ im Rahmen der Kulturveranstaltungen „Montage“ im Café Scholz in Stuttgart am 14.11.2005.
- Vortrag (mit Stefanie Rhein) „*DIY OR DIE! – Eine empirische Untersuchung der sozialen und kulturellen Relevanz des do-it-yourself-Prinzips für die Jugendkultur Hardcore*“ auf der Frühjahrstagung „Arbeit, Politik und Vergnügen in Jugendkulturen“ der Sektionen Jugendsoziologie und Kulturosoziologie der Deutschen Gesellschaft für Soziologie an der PH Ludwigsburg im März 2006.

"What difference does it make?" Die empirische Ästhetik von The Smiths: Wie gehen Jugendliche mit der Smiths-Ästhetik um? Eine experimentelle audiovisuelle Befragung.

Die empirische Ästhetik von The Smiths ist ein Forschungsprojekt der Musiksoziologischen Forschungsstelle, das von der PH Ludwigsburg und MEDIAN, Gesellschaft für Medien und Analysen e.V. gefördert wurde. Es handelt sich um ein Kooperationsprojekt von Dr. Stefanie Rhein (<http://www.ph-ludwigsburg.de/3230.html>), Marc Calmbach ({ [HYPERLINK "http://www.ph-ludwigsburg.de/3231.html"](http://www.ph-ludwigsburg.de/3231.html) }) und Prof. Dr. Renate Müller (<http://www.ph-ludwigsburg.de/3229.html>).

Vom 8.-9. April 2005 fand am Manchester Institute of Popular Culture „A Symposium on *The Smiths*“ statt, auf dem neben der kulturellen Bedeutung dieser Popgruppe der 1980er „ihr außergewöhnliches Vermögen, ihre Zuhörer zu berühren“, wissenschaftlich gewürdigt werden sollte. Dies war Anlass, die Zuschreibung sozialer Bedeutung an die mittlerweile 20 Jahre alte Ästhetik von *The Smiths* vor dem Hintergrund der Theorie des sozialen Gebrauchs von Musik zu untersuchen. Im Zentrum stehen Zusammenhänge zwischen dem Musikgeschmack und der jugendmusikkulturellen Verortung der Befragten auf der einen und der subjektiven Attraktivität der *Smiths*-Ästhetik sowie dem Umgehen damit (u.a. musikalische Offenheit, *mood managing*, ästhetische Urteile, soziokulturelle Zuschreibungen an musikalisch Ähnlich- und Andersdenkende) auf der anderen Seite. Anhand eines audiovisuellen Fragebogens wurden Anfang 2005 ca. 170 junge Erwachsene zur *Smiths*-Ästhetik (Musik, Bilder, Videos) befragt. Die Stichprobe bestand aus Studierenden verschiedener Hochschulen bzw. Fächer (Musik, Medien, Pädagogik, Kulturmanagement), aus jungen Berufstätigen und aus *The Smiths*-Fans. Die bislang erarbeiteten Ergebnisse konzentrieren sich auf die Zuneigung zur Band *The Smiths* (11% *The Smiths*-Fans, 31% „Zugeneigte“, 41% „Indifferente“, 17% „Abgeneigte“) und die damit einhergehenden Distinktionsachsen und Image-Zuschreibungen an *The Smiths*. Die Studie gibt einen Einblick in die Mehrdeutigkeit medial vermittelter populärer Kultur und die damit einhergehende Differenzierung der Bedeutungszuschreibungen an die Ästhetik von *The Smiths* (s. Beitrag von Renate Müller, Stefanie Rhein, Marc Calmbach: „What difference does it make? Die empirische Ästhetik von *The Smiths*: Wie gehen Jugendliche mit der *Smiths*-Ästhetik um? Eine experimentelle audiovisuelle Befragung“ im Onlinemagazin).

Stefanie Rhein, Marc Calmbach und Renate Müller präsentierten Ergebnisse des Projekts *Die empirische Ästhetik von The Smiths*:

- Vortrag „*What difference does it make? The Empirical Aesthetics Of The Smiths: How Do Young People Relate To The Smiths-Aesthetics? An Experimental Audiovisual Survey*“ auf dem Symposium „Why Pamper Life’s Complexities?“ in Manchester im April 2005.

- Vortrag „*What difference does it make? Wissenschaftliches zu The Smiths*“ im Rahmen der Kulturveranstaltungen „Montage“ im Club HI in Stuttgart im Mai 2005.
- Vortrag "*Die Empirische Ästhetik von The Smiths*" an der PH Ludwigsburg im Juli 2005.
- Vortrag „*Empirische Ästhetik – The Smiths. Eine audiovisuelle Studie zur sozialen Bedeutung des Musikgeschmacks*“ auf der Jahrestagung „Musik und Gedächtnis“ der Deutschen Gesellschaft für Musikpsychologie (DGM) im September 2005 in Würzburg.
- Vortrag „*What difference does it make? Die empirische Ästhetik von The Smiths: Wie gehen Jugendliche mit der Smiths-Ästhetik um? Eine experimentelle audiovisuelle Befragung*“ auf der 16. Arbeitstagung „Konfektionsgröße 5 – Schnittmuster populärer Musiken“ des Arbeitskreises Studium Populärer Musik (ASPM) im Oktober 2006 in Barendorf.

„Miniforschungsprojekte“ im Rahmen von Lehrveranstaltungen zu präsentativen Forschungsmethoden mit audiovisuellen Fragebögen

Im Sommersemester 2005 dienten das Lied *Die Gerd Show – Im Wahlkampf vor mir (Zonenmädchen)* und im Wintersemester 2005/ 2006 der Erfolg der Teenieband *Tokio Hotel* als Ideenlieferanten für „Forschungsetüden“ der Seminare „Studierende forschen mit dem MultiMedia-Computer“.

„Abmackern“ bringt nichts. Eine experimentelle Studie zum Einfluss des Liedes „Im Wahlkampf vor mir (Zonenmädchen)“ auf die Images der Kanzlerkandidaten Angela Merkel und Gerhard Schröder

Das Seminar „Studierende forschen mit dem MultiMedia-Computer“ beschäftigte sich im Sommersemester 2005 mit dem Lied „Im Wahlkampf vor mir (Zonenmädchen)“, einem Duett der Stimmen-Imitatoren Elmar Brandt und Anne Onken. Bewirkt die mit dem Lied vorgenommene Ästhetisierung von Angie und Gerd im Sommer vor der Bundestagswahl 2005 Einstellungsänderungen gegenüber den beiden Kanzlerkandidaten Angela Merkel und Gerhard Schröder? Variiert die Wirkung des Songs mit dem Geschlecht, dem politischen Interesse oder der Einstellung der Befragten gegenüber dem Lied? Zur Untersuchung dieser Fragestellungen wurde mit dem Fragebogen-Autorensystem MultiMedia FrAuMuMe ein klingender Fragebogen entwickelt, im Verlauf dessen das Song-Duell zwischen Angie und Gerd erklingt. Einmal vor und einmal nach dem Erklingen des Musikstücks wurden den Befragten identische Item-Batterien zur Beurteilung der Politiker Angela Merkel und Gerhard Schröder vorgelegt. Die Befragung fand vorwiegend an den Befragungscomputern in der Musiksoziologischen Forschungsstelle der PH Ludwigsburg statt; befragt wurden zu 80 % Studierende der PH. Insgesamt erbrachte diese studentische Studie, dass die 114 Befragten Gerhard Schröder nach dem Erklingen des Liedes als weniger freundlich und weniger intelligent, als dynamischer, gefühlsbetonter und aggressiver beurteilen als vorher. Angela Merkel wird vor dem Erklingen des Songs genauso bewertet wie nach dem Song.

„Sieht aus wie ein Mädchen – ist ein Junge“. Sozialästhetisches Umgehen von Grundschulern mit der Band Tokio Hotel

Für uninformierte Erwachsene besteht die Band Tokio Hotel nach dem ersten Ansehen des Videos „Monsun“ aus zwei Jungen und zwei Mädchen. Die Sängerin mit den schwarz-geschminkten Augen und schwarz-lackierten Fingernägeln und die Gitarristin mit den Dreadlocks sind jedoch die Zwillinge Bill und Tom. Wie geht die Zielgruppe, „Vor-Teenies“ bzw. „Gerademaalteenies“, der Band Tokio Hotel, deren Mitglieder Bill, Tom, Georg und Gustav selbst noch Teenies sind, mit dieser Gender-Ästhetisierung um? Weiß die Zielgruppe, dass Bill und Tom von „Tokio Hotel“ Jungen sind? Wie findet sie das Androgyne? Mutig, schön, cool, aufregend, authentisch/ echt oder normal? Identifizieren sich Kinder mit Bill und Tom, d.h. wollen sie sein wie sie oder "mit ihnen gehen"? Sehen die Mädchen das anders als die Jungen? Welche Unterschiede gibt es zwischen den Tokio Hotel-Kennern und den -Neulingen? Diesen Fragen ging das Seminar „Studierende forschen mit dem MultiMedia-Computer“ im Wintersemester 2005/ 2006 nach. Ein audiovisueller Fragebogen wurde mit dem Fragebogen-Autorensystem SemantA, der "kleinen Schwester" von FrAuMuMe, entwickelt. Im Verlauf des Fragebogens erklingt Musik, das Video „Durch den Monsun“ wird gespielt, und zu fast allen Fragen werden aus dem Video gegrabte Bilder gezeigt. Befragt wurden eine 3. und eine 4. Klasse: Die Kinder identifizieren sich nicht mit Bill und Tom und finden sie nicht schön, aber mutig und echt, obwohl sie auch in ihren Augen aussehen wie Mädchen. Die Kinder kennen Tokio Hotel und das Video, beurteilen es als aufregend und schön, und sie wissen, dass Bill und Tom Jungen sind.

Zur Weiterentwicklung der Selbstsozialisationstheorie

Die theoretische Diskussion im IZMM (Interdisziplinäres Zentrum für Medienpädagogik und Medienforschung an der PH), wie sie sich im Themenschwerpunkt Selbstsozialisation in Ausgabe 5/ 2004 dokumentiert, hat an der Musiksoziologischen Forschungsstelle weiterhin zu intensiver Auseinandersetzung mit dem Theoriebereich der Selbstsozialisation und Identitätskonstruktion Jugendlicher mit Musik und Medien durch jugendkulturelle Aktivitäten motiviert. So präsentierten Stefanie Rhein, Patrick Glogner ({ [HYPERLINK "http://www.glogner.gmxhome.de"](http://www.glogner.gmxhome.de) }), Marc Calmbach und Renate Müller auf verschiedenen Tagungen bzw. in mehreren Veröffentlichungen (s.u.) die weitere Ausarbeitung der Theorie musikalischer und medialer Selbstsozialisation. Dies geschah im Wesentlichen unter drei Aspekten – der Einarbeitung der neueren sozialwissenschaftlichen Identitätsdiskussion und der neueren Jugendkulturforschung sowie der Einbeziehung der Forschungsergebnisse aus den o. a. Forschungsprojekten:

- Vortrag „*Die Theorie musikalischer Selbstsozialisation: Elf Jahre ... und ein bisschen weiser?*“ auf der Jahrestagung „Musikalisches Lernen in der Schule und anderswo“ der Deutschen Gesellschaft für Musikpsychologie (DGM) in Paderborn im September 2004.
- Vortrag „*Identitätskonstruktion mit Musik und Medien im Lichte neuerer Identitäts- und Jugendkulturdiskurse*“ auf der Frühjahrstagung „Medien – Identität – Identifikationen“ der Sektionen Jugendsoziologie und Medien- und Kommunikationssoziologie der Deutschen Gesellschaft für Soziologie in Potsdam-Babelsberg im Februar 2005.
- Vortrag „*Musikalische Selbstsozialisation Jugendlicher: Theoretische Perspektiven und Forschungsergebnisse*“ auf dem Internationalen Symposium „Youth, Music, and Socialisation. Empirical Findings and Consequences for Music Education“ am Institut

für Musiksoziologie der Universität für Musik und darstellende Kunst Wien im Mai 2005 (http://www.mdw.ac.at/ims/index_de.html#Veranstaltungen).

- Eröffnungsvortrag „*Arbeit, Politik und Vergnügen in Jugendkulturen*“ auf der Frühjahrstagung „Arbeit, Politik und Vergnügen in Jugendkulturen“ der Sektionen Jugendsoziologie und Kultursoziologie der Deutschen Gesellschaft für Soziologie an der PH Ludwigsburg im März 2006.

In diesem Zusammenhang ist auch die Vorbereitung der genannten Tagung „Arbeit, Politik und Vergnügen in Jugendkulturen“ durch die Musiksoziologische Forschungsstelle angesiedelt sowie die gemeinsame Herausgabe des entsprechenden Tagungsbandes. Auf der Tagung wurde die o. g. theoretische Diskussion der Selbstsozialisationstheorie im IZMM fortgesetzt, indem Horst Niesyto den Eröffnungsvortrag von Stefanie Rhein und Renate Müller seinem Ko-Referat konfrontierte: „*Kritik zu phänomenologisch und kulturalistisch verkürzten Auffassungen in Jugend- und Mediensozialisationstheorien*“.

Ad-hoc-Gruppe Musiksoziologie in der Deutschen Gesellschaft für Soziologie (DGS)

Stefanie Rhein, Marc Calmbach und Renate Müller arbeiten in der 2004 gegründeten Ad-hoc-Gruppe Musiksoziologie in der DGS mit. Auf der Arbeitstagung der Gruppe im Juni 2005 in Witten präsentierten sie ihr musiksoziologisches Forschungsprogramm, das sich u. a. aus der Theorie des sozialen Gebrauchs von Musik, der Theorie musikalischer Selbstsozialisation sowie aus der Entwicklung präsentativer Forschungsmethoden konstituiert.

Zurzeit wird ein gemeinsamer Vortrag zur Präsentation in der Ad-hoc-Gruppe „Konsonanzen, Dissonanzen, Resonanzen. Die soziale Natur der Musik“ auf dem DGS-Kongress „Die Natur der Gesellschaft“ in Kassel im Oktober 2006 vorbereitet zum Thema: Der soziale Gebrauch von Musik und musikalische Selbstsozialisation. Musiksoziologie zwischen Klassen- und Individualisierungstheorie.

Musikgeschmack – Musikalische Orientierungen – Musikpräferenzen

Stefanie Rhein beschäftigt sich zurzeit insbesondere mit dem Thema Musikgeschmack und den (sozial und individuell) konstruierten Wirkungen von Musik bzw. von Medien und medialen Inhalten. Sie erhielt Einladungen verschiedener Institutionen, um ihre Arbeit vorzustellen. Im Jahr 2005 stand dabei v. a. die Beschäftigung mit dem Thema Musikgeschmack im Zentrum, im Jahr 2006 die Frage nach den Wirkungen von Musik und Medien.

Ende 2004 nahm Stefanie Rhein eine Sekundäranalyse der Daten ihrer Teenie-Fanstudie vor, durch die nun die Fans und Nicht-Fans zusätzlich nach ihrem Musikgeschmack unterschieden und in ihren Umgangsweisen mit Musik verglichen werden können. Darauf basierende neue Befunde stellte sie im Januar 2005 im Rahmen zweier Gastveranstaltungen vor:

- Vortrag „*Selbstsozialisation und Identitätskonstruktion durch Musik und Medien – am Beispiel der Teenie-Fankultur*“ im Rahmen der Ringvorlesung „Identität und Kreativität“ des Instituts für Musikpädagogik am Mozarteum in Salzburg im Wintersemester 2004/2005.
- Vortrag „*Was wir mit Kultur machen. Selbstsozialisation mit Musik und Medien*“ als Auftaktveranstaltung der Ringvorlesung des Lehrstuhls für Kirchenmusik der

Theologischen Hochschule Friedensau "Musik liegt in der Luft. Was Kultur mit uns macht" im Wintersemester 2004/ 2005.

Um altersspezifische Muster des Musikgeschmacks und des Umgehens mit Musik und Medien ging es auch im weiteren Verlauf des Jahres 2005:

- Workshop "*Zu alt für HipHop – zu jung für Volksmusik? Zum Verhältnis von Lebensalter und Musik*" im Rahmen des 6. Jugendmusikseminars an der Theologischen Hochschule Friedensau im Mai 2005.
- Lehrauftrag "*Musik im Leben und Alltag Jugendlicher*" an der Staatlichen Hochschule für Musik und Darstellende Kunst Stuttgart im Wintersemester 2005/2006.
- Lehrauftrag "*Kultur- und Medienvergnügen*" am Institut für Kulturmanagement der PH Ludwigsburg im Wintersemester 2005/ 2006.

Bei den Gastveranstaltungen im Jahr 2006 stehen bislang v. a. die (sozial und individuell) konstruierten Wirkungen von Musik bzw. Medien im Mittelpunkt:

- Vortrag "*Methodologische Anmerkungen zum Buch 'Vorsicht Bildschirm!' (W. Spitzer)*" im Medienpädagogischen Kolloquium „Vorsicht Spitzer!?“ an der PH Ludwigsburg im Wintersemester 2005/2006.
- Workshop "*Musik und ihre Wirkungen*" beim Fachtag "Rechte Rockmusik. Eine Herausforderung für Jugendarbeit und Schule" der Friedrich-Naumann-Stiftung und des Popbüros Stuttgarts im Januar 2006.
- Workshop "*Diese Musik bringt mich schlecht drauf – und Dich zum Tanzen. Musik und ihre Wirkungen*" der Friedrich-Ebert-Stiftung/ Fritz-Erler-Forum Stuttgart im Rahmen des Kinder- und Jugendkongresses "N[you]. Musik in der vernetzten Welt" im Juli 2006.

Aus den beiden Workshops zur Wirkung von Musik resultiert eine weitere Einladung für einen Beitrag zum Thema "*Jugendkultur und 'rechte Musik'*" bei der Jahrestagung der Internationalen Vereinigung der Musikbibliotheken, Musikarchive und Dokumentationszentren (IVMB) im September 2006 in Stuttgart.

Preis der Stadt Ludwigsburg 2005 für Martin Burr

Am 24. Juli 2006 erhielt Martin Burr (<http://www.ph-ludwigsburg.de/3233.html>) den Preis der Stadt Ludwigsburg 2005 für seine Masterarbeit zur Erlangung des akademischen Grades Magister Artium im Hauptfach Musik des Masterstudiengangs Fachdidaktik: *Zur Attraktivität von Musikinstrumenten. Eine empirische Studie zu Musikinstrumentenpräferenzen bei Kindern und Jugendlichen mit dem MultiMedia-Computer; Darstellung der didaktischen Konsequenzen* (Erstgutachter Prof. Dr. Hartmut Flechsig). Die Arbeit ist im Bereich der Musikinstrumentenpräferenzforschung und der Genderforschung, im Bereich der Instrumentalpädagogik sowie der genderorientierten Musikpädagogik anzusiedeln. Darüber hinaus leistet sie einen wichtigen Beitrag zur computerunterstützten empirischen Musikästhetik.

Es geht um die Frage, was ein Musikinstrument, wie z.B. das Saxophon, so attraktiv für Jugendliche macht, dass sie es gerne spielen wollen: sein Klang, sein Aussehen, die damit verbundene Spielbewegung oder sein soziokulturelles Image als männlich/weiblich, jugendlich/erwachsen und „im Trend liegend“. Zur Beantwortung dieser Fragen knüpft Martin Burr an die Forschung zur Musikinstrumentenpräferenz der vergangenen 30 Jahre an und geht durch die Verwendung interaktiver audiovisueller Fragebögen im Rahmen eines experimentellen Designs forschungsmethodisch neue Wege. Erstmals werden dabei die

Gender-Zuschreibungen an Musikinstrumente durch die Befragten selbst – und nicht wie üblich in einer jeweils vorgeschalteten Untersuchung durch Erwachsene – vorgenommen. Die Anziehungskraft des Klangs, des Aussehens sowie der Spielbewegung und das soziokulturelle Image von zehn Musikinstrumenten (Saxophon, Klarinette, Querflöte, Trompete, Posaune, Akkordeon, Klavier, Keyboard, Violine und Gitarre) werden betrachtet und auf Abhängigkeiten von Geschlecht, Alter, Bildung und eigenem Instrumentalspiel der Befragten untersucht. Das Saxophon stellt für die 187 befragten Kinder und Jugendlichen im Alter von 11 bis 20 Jahren das anziehendste Musikinstrument dar, dessen Attraktivität mit steigendem Bildungsgrad wächst. Das Klangerleben ist tendenziell für die Anziehungskraft der Musikinstrumente insgesamt bedeutsamer als das visuelle Erleben. Jungen und Mädchen finden Musikinstrumente umso anziehender, je stärker sie selbst das eigene Geschlecht als Gender-Images den jeweiligen Instrumenten zuschreiben. Umgekehrt sind für beide Geschlechter Musikinstrumente umso unattraktiver, je mehr sie sie dem anderen Geschlecht zuschreiben. Diese Einengung des eigenen Musikinstrumentengeschmacks durch Genderstereotypen ist tendenziell bei Jungen stärker als bei Mädchen. Ausgehend von diesen Befunden werden verschiedene Bereiche des Musikunterrichts darauf abgeklopft, wie in ihnen der Selbstbegrenzung beider Geschlechter im Umgehen mit Musik(-instrumenten) entgegengewirkt werden kann. Die Gender-Perspektive und die methodologischen Aspekte des Forschungsprojekts von Martin Burr sind Gegenstand von Veröffentlichungen (s. u.) und Vorträgen:

- Vortrag „*Musical Instrument Preferences: Gender-Images and Gender Differences*“ im Rahmen des Symposions „Sociology of Music: Social Inequality and Music Involvement“ auf der “5th Triennial ESCOM Conference: Experience Music in Science – Science in Music” (*European Society for the Cognitive Sciences of Music*) an der Hochschule für Musik und Theater in Hannover im September 2003 ({ HYPERLINK <http://www.escom5.de/> }) (LINK zum Tagungsbericht in Ausgabe 4/ 2003).
- Vortrag “*Präsentative Forschungsmethoden zur Untersuchung von Musikinstrumentenpräferenzen in Schulen*“ auf der Jahrestagung "Was heißt methodisches Arbeiten in der Musikpädagogik?" des Arbeitskreises für Musikpädagogische Forschung (AMPF) 2003 in Regensburg.
- Gastvortrag „*Zur Attraktivität von Musikinstrumenten – ein Forschungsprojekt mit audiovisuellem Fragebogen*“ an der Staatlichen Hochschule für Musik und Darstellende Kunst in Stuttgart im Dezember 2003.

Preis der Stadt Ludwigsburg 2004 für Sandra Schwarz

Im Juli 2005 erhielt Sandra Schwarz den Preis der Stadt Ludwigsburg 2004 für ihre wissenschaftliche Hausarbeit zur Ersten Staatsprüfung für das Lehramt an Realschulen: *Die musikalische Jugendkultur HipHop: Gendering, Degendering und die pädagogische Relevanz für den Musikunterricht in der Realschule* (Zweitgutachter: Prof. Dr. Peter Imort). Die Arbeit ist in der Populärmusikforschung, der Jugendkulturforschung, der Genderforschung sowie der Musikpädagogik angesiedelt. Sie betrachtet die Geschichte und die Symbolik des HipHop im Hinblick auf die Rolle von Frauen bzw. des „Weiblichen“. Sandra Schwarz legt dar, wie sich Sexismus als Verachtung, Diskriminierung und Marginalisierung von Frauen in der Entwicklung des HipHop sowie in seiner audiovisuellen und sprachlichen Symbolik repräsentiert. Daran knüpft sie die Frage nach der (musik-)pädagogischen Relevanz des Gendering in dieser bei Jugendlichen sehr beliebten Jugendkultur.

Das soziologische Konstrukt des Gendering (Bilden, Goffman) als sich in sozialen Praktiken permanent vollziehende Definition von Geschlechterrollen bzw. -stereotypen wird stringent auf die zentralen Symbole der HipHop-Kultur angewendet sowie auf die Entwicklung der HipHop-Kultur: Zum einen basiert diese auf den spezifisch männlichen Sprachkampf-Traditionen, die teilweise in den (vorwiegend männlichen) Gefängniserfahrungen der Afroamerikaner wurzeln, zum anderen spiegelt die HipHop-Kultur das prekäre afroamerikanische Geschlechterverhältnis seit der Sklavenbefreiung. Anhand der hundert meist gespielten Videoclips (MTV) des Jahres 2003 wird der Sexismus des HipHop bis in den Mainstream der aktuellen Charts und der darin repräsentierten HipHop-Symbolik herausgearbeitet. Dies konfrontiert Sandra Schwarz mit verschiedenen Standpunkten gegenüber dem Sexismus im HipHop, wie sie beispielsweise von erfolgreichen Rapperinnen vertreten werden, die nach Gleichberechtigung in der Interaktion mit dem anderen Geschlecht streben, wie beispielsweise Salt'N'Pepa und Missy Elliott. An den dargestellten Mechanismen des Gendering setzt Sandra Schwarz an, um an ausgewählten Aspekten der HipHop-Kultur (Raptex, Videoclips, Tanz) musikpädagogische Perspektiven des Degendering zu konkretisieren.

Abgeschlossene Promotionen

Zwei langjährige Mitglieder der Musiksoziologischen Forschungsstelle haben ihre Dissertationen sehr erfolgreich abgeschlossen und veröffentlicht, Frau Dr. Stefanie Rhein und Herr Dr. Patrick Glogner:

Rhein, Stefanie (2006): Lebensstil und Umgehen mit Umwelt. Empirisch-kultursoziologische Untersuchung zur Ästhetisierung des Alltags. Wiesbaden: DUV.

Glogner, Patrick (2006): Kulturelle Einstellungen leitender Mitarbeiter kommunaler Kulturverwaltungen. Empirisch-kultursoziologische Untersuchungen. Wiesbaden: DUV.

Veröffentlichungen

Burr, Martin (2003): Musical Instrument Preferences: Gender-Images and Gender Differences. In: Kopiez, Reinhard/ Lehmann, Andreas C./ Wolther, Irving/ Wolf, Christian (Hg.): Proceedings of the 5th Triennial Conference of the European Society for the Cognitive Sciences of Music (ESCOM5), Hanover University of Music and Drama, 8 - 13 September 2003, Germany, 61 - 64.

Müller, Renate/ Martin Burr (2004): Präsentative Forschungsmethoden zur Untersuchung von Musikinstrumentenpräferenzen in Schulen. In: Hoffmann, Bernd (Hg.): Musikpädagogische Forschung, Bd. 25, Essen: Die Blaue Eule, 149-168.

Müller, Renate (2004): Musiksoziologische Grundlagen. In: Wickel, Hans Hermann; Hartogh, Theo (Hg.): Handbuch Musik in der Sozialen Arbeit. Weinheim und München: Juventa, 71-82.

Müller, Renate (2004): Zur Bedeutung von Musik für Jugendliche. In: merz, Heft 2 (48. Jg.), 9-15.

Müller, Renate (2005): Musikalische Jugendkulturen. In: Helms, Siegmund/ Schneider, Reinhard/ Weber, Rudolf (Hg.): Lexikon der Musikpädagogik. Kassel: Bosse.

Müller, Renate; Rhein, Stefanie (2006): Musical Self-Socialization of Adolescents: Theoretical Perspectives and Empirical Findings. In: Bailer, Noraldine/ Huber,

Michael (Hg.): Youth - Music - Socialization. Empirische Befunde und ihre Bedeutung für die Musikerziehung. Wien: extempore, 11-28.

Müller, Renate/ Calmbach, Marc/ Rhein, Stefanie/Glogner, Patrick (2006, im Druck): Identitätskonstruktion mit Musik und Medien im Lichte neuerer Identitäts- und Jugendkulturdiskurse. In: Mikos, Lothar/ Hoffmann, Dagmar/ Winter, Rainer (Hg.): Mediennutzung, Identität und Identifikationen. Die Sozialisationsrelevanz der Medien im Selbstfindungsprozess von Jugendlichen. Weinheim und München: Juventa.

Müller, Renate/ Glogner, Patrick/ Rhein, Stefanie (2006, im Druck): Die Theorie musikalischer Selbstsozialisation: Elf Jahre ... und ein bisschen weiser? In: Jahrbuch Musikpsychologie, 19.

Renate Müller