

DIE KULTUR DES MUSIKKONSUMS IN DER HEUTIGEN WELT. DIE MORPHOLOGIE DES KONSUMPARADIGMAS. RETROSPEKTIVE ANALYSE

J. W. Lemeshev

*Belarussische Staatliche Universität, Minsk, Independence Ave, 4
220030, Minsk, Republik Belarus, jura_lemeshev@mail.ru
wissenschaftliche Betreuerin – T. S. Korotjuk*

In diesem Beitrag werden sowie die wichtigsten Entwicklungsstufen des Musikkonsums, als auch die Entstehung der modernen Wiedergabegeräte beschrieben. Aufgrund der Digitalisierung wurde Musik in der modernen Welt praktisch überall und für Mehrheit der Menschen verfügbar. Daraus folgende Tendenzen und Veränderungen der Kultur des Musikhörens werden analysiert.

Schlusswörter: Musikkonsum; Musikhören; Digitalisierung; Hintergrundmusik; Streaming; Playlist; Entwertung der Musik.

КУЛЬТУРА ПОТРЕБЛЕНИЯ МУЗЫКИ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ. МОРФОЛОГИЯ ПАРАДИГМЫ ПОТРЕБЛЕНИЯ. РЕТРОСПЕКТИВНЫЙ АНАЛИЗ

Ю. В. Лемешев

*Белорусский государственный университет, пр. Независимости, 4,
220030, г. Минск, Беларусь, jura_lemeshev@mail.ru
Научный руководитель – Т. С. Коротюк, ст. преподаватель*

В статье рассматриваются важнейшие стадии развития культуры потребления музыки, приводятся основные этапы совершенствования современных устройств воспроизведения. Вследствие цифровизации музыка стала доступна повсеместно и для большинства людей. Проводится анализ вызванных этими изменениями современных тенденций культуры потребления.

Ключевые слова: потребление музыки, цифровизация, фоновая музыка, стриминг, плейлист, обесценивание музыки.

Die Musik ist einer der bedeutenden Bestandteile aller menschlichen Kulturen aller Zeiten. Daraus folgt aber nicht, dass der Zugang zu Musik immer verbreitet war. Bis ca. 1600 war selbstbestimmtes Musikhören primär reichen, aristokratischen Haushalten vorbehalten. Die überwiegende Mehrheit der damaligen Menschen konnte Musik allerdings entweder fremdbestimmt genießen (z.B. als Kirchenmusik während des Hochamtes oder bei Hochzeiten) oder selber spielen (Volksmusik).

Am Anfang des 18. Jahrhunderts wurde das erste öffentliche Konzert veranstaltet. Ganz offensichtlich, waren alle musikalischen Veranstaltungen damals völlig ephemere, einmalige Ereignisse. Auch die Konzerte der größten Künstler konnten nur während des Konzertes genossen werden. Nach dem Konzert war die künstlerische Leistung für immer verloren – was blieb, waren nur die Erinnerung von denen, die dabei waren. Der Musikkonsum blieb im Wesentlichen so bis zum Ende des 19. Jahrhunderts, bis es der Menschheit gelang, Klänge einzufangen, haltbar zu machen und bei Bedarf „wieder zu geben“. Die ersten Wiedergabegeräte erschienen. Als Nebenprodukt seiner Forschungen in der Telekommunikation entwickelte Thomas Alva Edison 1877 ein Aufnahme- und Wiedergabegerät, den Phonographen.

Diese Idee greift Emil Berliner auf und entwickelt ein plattenbasiertes Aufnahme- und Wiedergabesystem, das er „Grammophon“ nennt. 1887 meldet er es zum Patent an. Die Schallplatte war geboren. Ab 1910 wurden Grammophone und die Musik auf Schallplatten zum Massenphänomen: Allein in den USA erreichten die jährlichen Plattenverkäufe 1920, 150 Millionen Stück. Die ersten Stars der jungen Schallplattenindustrie waren Enrico Caruso und Louis Armstrong.

Ab ca. 1920 kamen Radios hinzu. Die Kunden konnten zwischen eigenständigen Grammophonen, eigenständigen Radios oder bald Kombigeräte wählen.

Aufgrund der enormen Verbreitung dieser Geräte, wird Musik von den meisten Menschen nicht mehr „live“, sondern überwiegend mittels Geräte erlebt [1]. Tonträger und Technik sind dadurch zentral für das Hörerlebnis und die Kultur des Musikhörens geworden. Wie hörten die Menschen Musik Zuhause mit ihren Wiedergabegeräten? Am Anfang war das Musikhören ein Gemeinschaftsereignis, an dem die ganze Familie teilnahm. Man versammelte sich um das Wiedergabegerät und teilte bedeutsame Musikübertragungen aus dem Radio ebenso wie die täglichen Nachrichten. Später, ab den 1960er Jahren, wurde das Musikhören mehr zu einer solitären, primär männlichen Aktivität. Der Hörer saß nun allein mit einigem Abstand in der Mitte vor den Wiedergabegeräten. Der hart arbeitende Mann des späten 20. Jh. suchte mit seiner HiFi-Anlage nach Zerstreuung und Entspannung – eine Art emotionalem Eskapismus.

Der Untergang der HiFi-Anlagen kam nicht über Nacht. Klassisches Hi-Fi starb langsam aus: die großen HiFi-Hersteller hatten keine richtigen Antworten auf die sich ändernden Kundenbedürfnisse gefunden. Sie gingen pleite, wurden verkauft oder wendeten sich anderen Geschäftsfeldern zu. Die Anforderungen fokussierten sich auf 3 Bereiche: Klangqualität, Design und Benutzerfreundlichkeit. Parallel dazu gab es seit den 1920ern einen Trend zu Mobilität. Der Durchbruch in der Mobilität kam 1979 mit Sonys "Walkman".

2001 kam der erste iPod ins Angebot, der Mobilität, Klangqualität und Bedienerfreundlichkeit vereinigte. Noch einige bedeutende Faktoren haben dazu beigetragen, bzw. Digitalisierung der Musik, Entwicklung des Internets, echte Mobilität und Bedienerfreundlichkeit der neuen Geräte. Somit wurde Musik praktisch überall und für fast alle verfügbar. In der heutigen Realität gibt es folgende Trends des Musikkonsums. Die Anforderungen an Musik-Wiedergabegeräte bestanden bis dahin primär aus: Klangqualität, Design und Benutzerfreundlichkeit. Das änderte sich nun hin zu Zugänglichkeit, Mobilität und Nutzerfreundlichkeit. Musikkonsum ist weniger konzentriertes Musikhören, sondern mehr Füllung des Raumes mit Hintergrundmusik für andere Aktivitäten (wobei die Audioqualität keine größere Rolle spielt). Im Grunde ist mit diesen Veränderungen die Musik an sich und auch die Abspielgeräte massiv entwertet worden. In der Folge auch das Musikhören selber.

Der Musikkonsum ist von der Onlinewelt und sozialen Verhaltensweisen abhängig geworden. Gerade haben wir uns noch an neue Formen des Musikkonsums am Computer oder auf dem Smartphone durch Streaming mit seinem Link- und Algorithmen-gesteuerten „Stream of musical consciousness“ gewöhnt. Der Stream kennt zwar Unterbrechungen. Die Musik muss man nicht mehr selbst aussuchen. Selbstlernende KI-Algorithmen übernehmen diese Aufgabe.

Singles oder Alben spielen nicht mehr die Rolle wie noch vor Jahrzehnten. Stattdessen dominiert heute die Playliste. Früher wurden von den Musikfans Platten, Kassetten oder CDs ausgetauscht, heute werden eigene Playlists online erstellt und mit Freunden geteilt. Fans abonnieren Playlisten entsprechend ihrem Musikgeschmack.

Wir müllen uns selber mit Musik zu. Aus einem Luxusgut ist binnen 100 Jahren endgültig ein nahezu wertloses Massenprodukt geworden, das so verfügbar ist, wie Luft. Musik ist von einem Kulturgut, das mit entsprechendem Respekt behandelt wird, zu einem Life-Style-Accessoire mutiert. Wichtig ist laut deutschem Experten M. Kleiner, dass ein Song heute „catchy“ ist – also für den Konsumenten oder die Konsumentin schnell einprägsam [2]. Allgemeine Verfügbarkeit der Musik – das heißt auch eine Demokratisierung – führt zu ihrer unvermeidlichen Entwertung. Musik ist heute in gewaltigen Massen praktische kostenfrei verfügbar. Monatlich erscheinen tausende neuer Alben [3]. Musik ist tatsächlich von einem Kulturgut zu einem nahezu wertlosen Strom von Hintergrundrauschen, als Soundtrack verkommen, dem die Menschen wenig bewusste Aufmerksamkeit schenken können. Das muss aber nicht schlecht sein. Wir leben in der Gegenwart der Musik vieler Jahrhunderte. Die Musik z.B. aus der Zeit des Barocks ist durch den Filter der Zeit gegangen, der das unterdurchschnittliche herausgefiltert hat und bevorzugt die Spitzenleistungen

präsentiert. Aber da Musik heutzutage so billig verfügbar ist, wird es gerne zur Dekoration des Alltages massenweise eingesetzt [4].

Das bringt aber den nicht unbedeutenden Vorteil, dass für die, die sich tatsächlich für Musik interessieren, die Auswahl noch nie so groß war.

Die Kultur des Musikhörens hat sich gewandelt, von einem mehr oder weniger konzentriertem, selbstbestimmten Konsum ausgewählter Musikstücke während bewusster Erholungszeiten zu einer primär mobilen Hintergrundberieselung über das Smartphone oder das Car-Entertainmentcenter durch fremdbestimmte softwaregesteuerte Playlisten. Aufgrund der allgemeinen Verfügbarkeit wurde heute die Musik im Wesentlichen entwertet. Nur durch eine dialektische Herangehensweise kann das Phänomen richtig erklärt werden.

Hinweise

1. Zur Kultur des Musikhörens [Электронный ресурс]. – 2023. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=1cZ0WtsHgR0>. – Дата доступа: 9.04.2024.

2. Immer kürzer, immer simpler: Wie Tiktok und Spotify die Popmusik verändern [Электронный ресурс]. – 2021. URL : <https://www.rnd.de/kultur/popmusik-warum-songs-immer-kuerzer-werden-und-was-tiktok-damit-zu-tun-hat-K6WA2YZDEBFLN6SNUD5IZJ2GU.html> – Дата доступа: 5.04.2024 (на немецком языке).

3. Schwartz, B. The Tyranny of Choice / B. Hoyland // Scientific American. – 2004. – Vol. 290, № 4. – P. 70–75.

4. Ан, А. А. Роль музыкальной культуры в современном обществе / А. Ан // Проблемы Науки. – Ташкент, 2020. – Вып. 7 – С. 103–105.