



Jugendliche, Musik und Religion

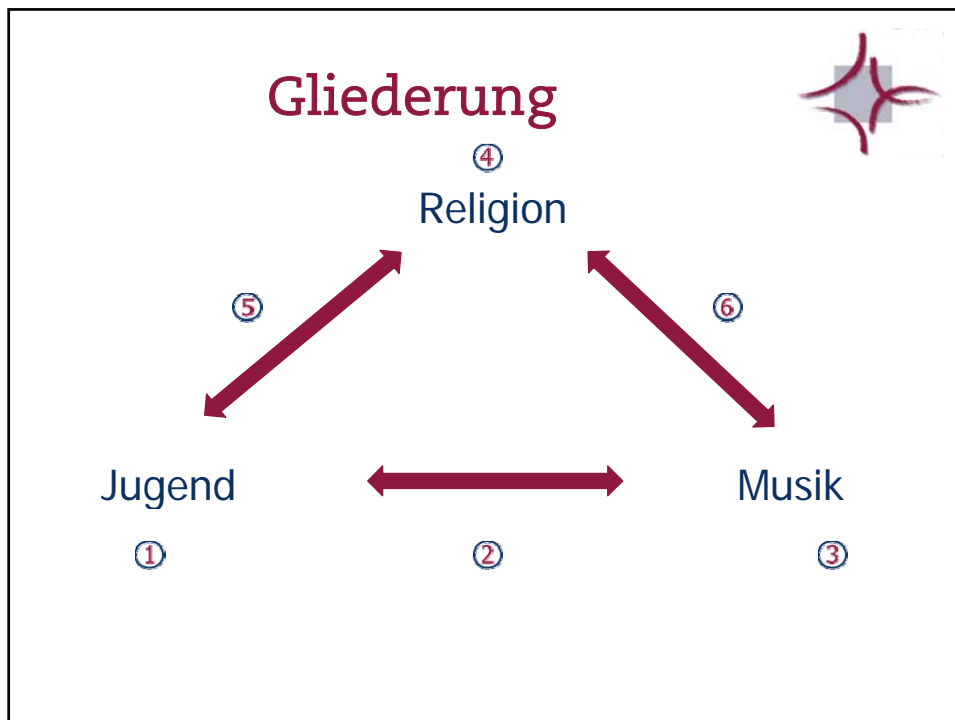
Anstoss zur Tagung „Gott gehört gehört.
Musik in der Welt von jungen Menschen“
8. Januar 2008, Rot a.d. Rot

Prof. Andreas Büsch
KFH Mainz



Einführung

- Zur Person
- Erwartungen – und welche ich davon enttäuschen werde
- Struktur: Impulse – Gruppen- und Plenumsdiskussion
- Inhalte: Gliederung



1. Jugend(liche) - quantitativ

- Quantitative Abgrenzung
 1. Rechtlich: Schrittweiser Zuwachs an Rechten und Pflichten
 2. Biologisch: Pubertät
 3. Empirisch: Vorgaben der Jugendstudien

- Fazit:
 - Die Alters-Grenzen verschwimmen nach oben und unten.
 - Die Lebensphase Jugend dehnt sich zu einem umfassenden Lebensabschnitt aus.

1. Jugend(liche) - qualitativ

4. Entwicklungspsychologie

- Konzept Entwicklungsaufgaben
 - Peers
 - Körper
 - Rolle
 - Beziehung
 - Ablösung
 - Beruf
 - Partnerschaft/Familie
 - Selbst
 - Werte
 - Zukunft
- Patchwork-Identität

Exkurs: Modernisierung

Kennzeichen der modernen Gesellschaft:

- Strukturelle Differenzierung
- Kulturelle Pluralisierung
- Individualisierung

Autonomie-Streben als Reaktion auf Herausforderungen:

- Eigene Fähigkeiten entfalten
- Das Leben genießen
- Unabhängig sein
- Durchsetzungsfähig sein
- Sich selbst verwirklichen

1.5 Lebenslagen und Lebenswelten



- Jugend – „ein ambivalentes Moratorium“ (Shell-Studie 2006)
- Ausdehnung der Jugendphase: Aufschub des Übergangs
- Artikulationsmöglichkeiten über Mode, Musik, Freizeit
- Post-Adoleszenz „unter verschärfen Bedingungen“: eine pragmatische Generation unter Druck

1.5.2 Wertorientierungen



	Pragmatische Idealisten	Robuste Materialisten	Selbstbewusste Macher	Zögerliche Unaufällige
<i>Idealismus/Engagement</i> (Kreativität, öffentliches Engagement, Toleranz)	++	--	++	--
<i>Materialismus/Hedonismus</i> (Macht, Lebensstandard, Lebensgenuss)	--	++	++	--
<i>Sekundärtugenden</i> (Ordnung, Leistung, Sicherheit)	+	-	++	---

Shell Jugendstudie 2006 – TNS Infratest Sozialforschung

1. Humanität/Idealismus vs. Materialismus/Egozentrik
2. Aktivität/Gestaltungswillen vs. Apathie/Passivität

1.5.3 Freizeit – Zeit für die individuelle Verwirklichung



- Technik auf dem Vormarsch
- Nebenjobs zur Finanzierung des Lebensstils
- Vier „Freizeit-Typen“
 - Kauflustige Familienmenschen
 - Technikfreaks
 - Gesellige
 - Kreative Freizeitelite

1.5.3 Freizeittypen



Abb. 2.29 Freizeittypen nach relevanten sozialen und persönlichen Merkmalen
Jugendliche im Alter von 12 bis 25 Jahren

%-Angaben	Gesellige Jugendliche	Kreative Freizeitelite	Kauflustige Familienmenschen	Technikfreaks
Geschlecht				
männlich	60	45	27	71
weiblich	40	55	73	29
Region				
West	81	81	80	82
Ost	19	19	20	18
Alter				
12- bis 14-Jährige	16	17	21	24
15- bis 17-Jährige	24	19	19	25
18- bis 21-Jährige	32	29	28	26
22- bis 25-Jährige	28	35	32	25
Schulabschluss				
Hauptschulabschluss	28	7	18	22
Realschulabschluss	36	27	40	40
Abitur/FH-Reife	36	66	42	38
Soziale Schicht				
Unterschicht	12	5	10	15
untere Mittelschicht	24	16	27	25
Mittelschicht	34	30	30	30
obere Mittelschicht	23	28	22	22
Oberschicht	7	21	11	8

Shell Jugendstudie 2006 – TNS Infratest Sozialforschung

1.5.3 Freizeitaktivitäten



Häufigste Freizeitbeschäftigungen im Laufe einer Woche – bis zu 5 Nennungen möglich
Jugendliche im Alter von 12 bis 25 Jahren

%-Angaben	Kauflustige Familienmenschen	Technikfreaks	Gesellige Jugendliche	Kreative Freizeitelite
Musik hören	52	67	63	71
Fernsehen	75	80	35	27
sich mit Leuten treffen	72	47	41	67
im Internet surfen	13	58	28	46
Discos, Partys, Feten	39	20	63	14
Bücher lesen	24	11	10	69
Vereinsport	18	33	26	33
Videos/DVD	12	51	27	10
Freizeitsport	22	21	37	31
Computerspiele	8	39	20	6
Unternehmungen mit Familie	46	7	3	16
Shoppen	50	3	13	7
Rumhängen	17	24	12	4
Zeitschriften lesen	14	7	19	11
Kreatives/Künstlerisches	5	1	4	39
in die Kneipe gehen	4	4	37	8
sich im Projekt engagieren	3	3	5	13
Jugendzentrum	0	0	34	1

Shell Jugendstudie 2006 – TNS Infratest Sozialforschung

1.5.3 Freizeit – Zeit für die individuelle Verwirklichung



- Technik auf dem Vormarsch
- Nebenjobs zur Finanzierung des Lebensstils
- Vier „Freizeit-Typen“
 - Kauflustige Familienmenschen
 - Technikfreaks
 - Gesellige
 - Kreative Freizeitelite
- Musikhören ist nach wie vor wichtigste Freizeitaktivität
- Freizeitverhalten hat deutliche Bezüge zu Schicht, Bildungsgrad und Geschlecht
- Moderne Medien als Sozialisationsinstanz

2.1 Medienwelten



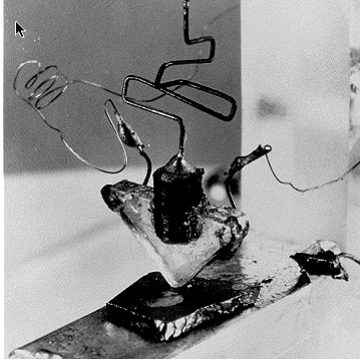
- Lebenswelten sind heute wesentlich Medienwelten
- „Megatrends“ der Medienentwicklung:
 1. Digitalisierung
 2. Vernetzung
 3. Zugangschancen und –schwellen
 4. Medienkompetenz: Zwischen Hypertext und Wissensmanagement

2.1.1 Digitalisierung

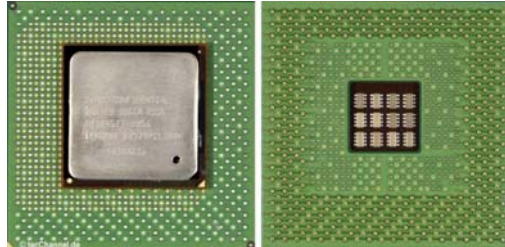


- Digitalisierung
 - ist die Umwandlung (Codierung)
 - von Schrift, Bild, Ton
 - oder jeder anderen Art analoger (stufenloser) Signale
 - in digitale (schrittweise, ziffernmäßige) Form
- Begrenzung der digitalisierten Information auf skalierbare Werte

2.1.1 Miniaturisierung

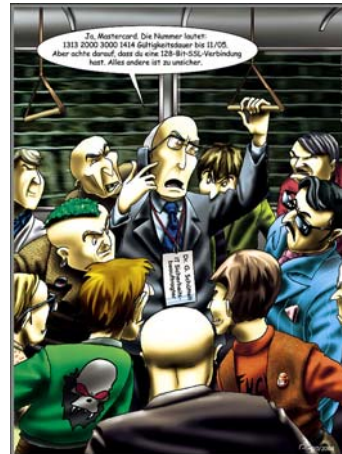
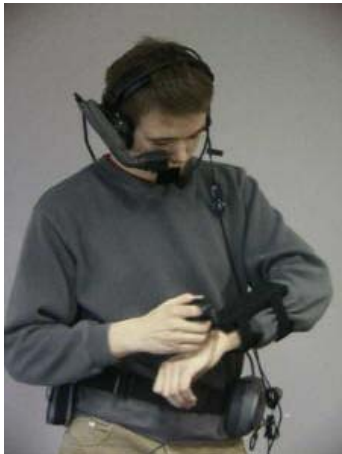


Der erste Transistor



P4 mit 42 Mio. Transistoren

Revolution des Alltags?



- Miniaturisierung: Hardware als Voraussetzung für Mobilität

2.1.1 Virtualisierung



- Schaffung völlig neuer Lernräume und -umgebungen
- Virtual reality (VR)
- Augmented reality (AR)



Ergänzung oder Ablösung bestehender Medien?



- Industrielle **Reproduzierbarkeit** aufgrund von Digitalisierung
- (In Teilbereichen) **Ablösung** bestehender analoger Medientechnik durch die digitalen Nachfolger (Beispiel: DVB-T)
- Problem der **Dauerhaftigkeit** digitaler Daten und Speichermedien und Anfälligkeit wegen Packdichte

2.1.2 Vernetzung



- Intranet und Internet
- Interoperabilität von TK und IT
- Das eine Netz und die vielen Dienste
 - WWW - World wide web (http/https)
 - E-Mail
 - File Transfer Protocol (ftp)
 - Chat (IRC)
 - Newsgroups (news)
 - Instant Messaging
 - Skype
 - MUDs - multi user dungeons
 - LAN/WAN-Games
 - Telnet
 - Gopher

2.1.2 Konsequenzen



- Was im Netz steht, ist weltweit öffentlich
 - Aufhebung von Privatheit und Öffentlichkeit
 - Einfluss auf Wahrnehmung von Welt
- Distributionskanal hat keinen Einfluss mehr auf Verteilungsgeschwindigkeit
- Das Medium an sich in hohem Maße demokratisch

2.1.3 Zugangschancen und Zugangsschwellen



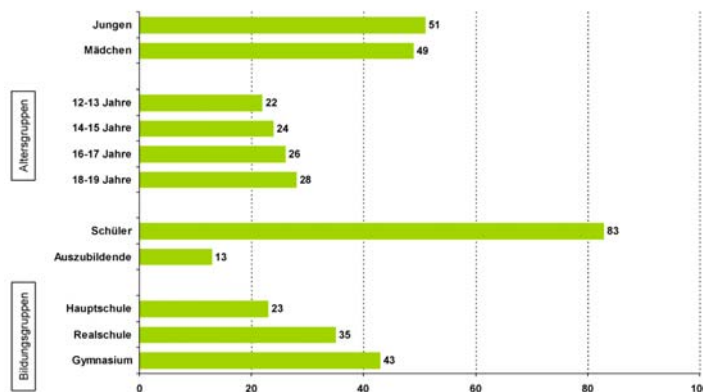
- Zugangsgerechtigkeit als bildungspolitischer Imperativ
- Kosten
- Stabile Quote von „offlinern“ aus sozial benachteiligten Gruppen
- Digital divide als Zukunftsproblem der Gesellschaft: struktureller Nutzungsausschluss bedroht Partizipationsmöglichkeiten an medienbasierter Informations-/Wissensgesellschaft
- Medienkompetenz als zentrale Voraussetzung
 - Hypertext als Herausforderung
 - Wissensmanagement als Herausforderung

2.2 Medienwelten: JIM 07



- Überblick JIM-Studie 2007 (VÖ: Nov. 2007)
 - Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest, www.mpfs.de

JIM 2007: Soziodemografie



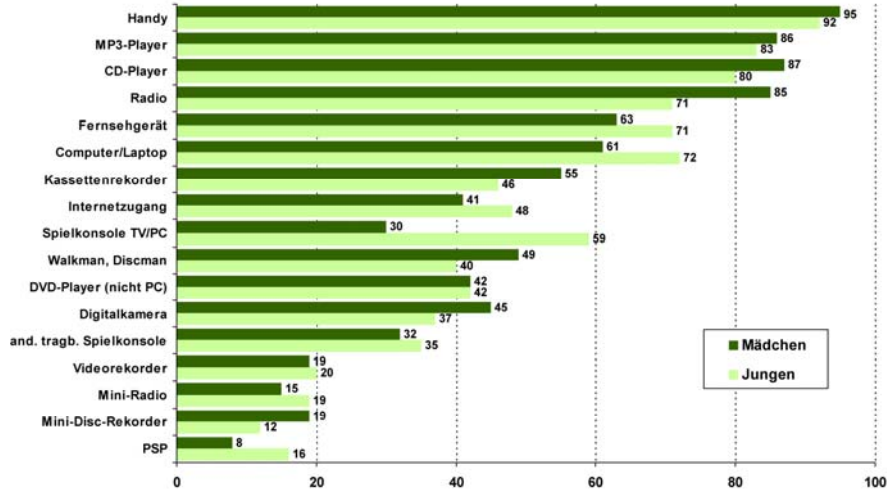
Quelle: JIM 2007, Angaben in Prozent

Basis: alle Befragten, n=1.204

2.2.1 Mediene Ausstattung



Gerätebesitz Jugendlicher 2007



Quelle: JIM-Studie 2007, Angaben in Prozent

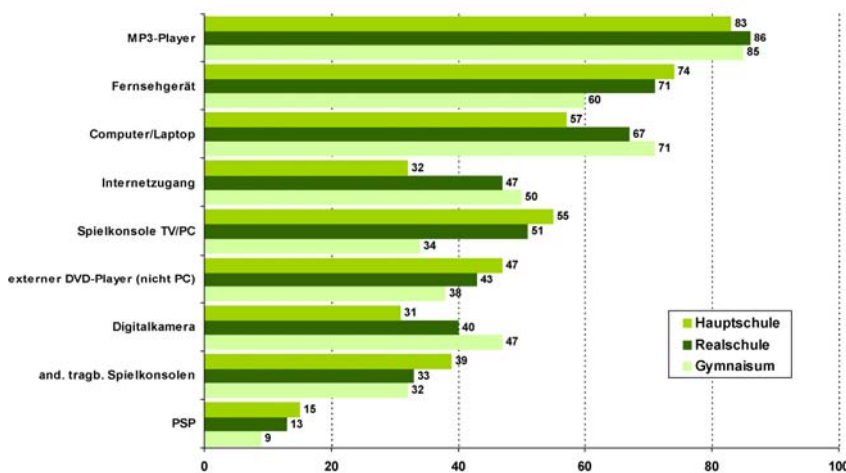
www.mpfs.de

Basis: alle Befragten, n=1.204

2.2.1 Geräte & Schulform



Gerätebesitz Jugendlicher 2007
- Auswahl -



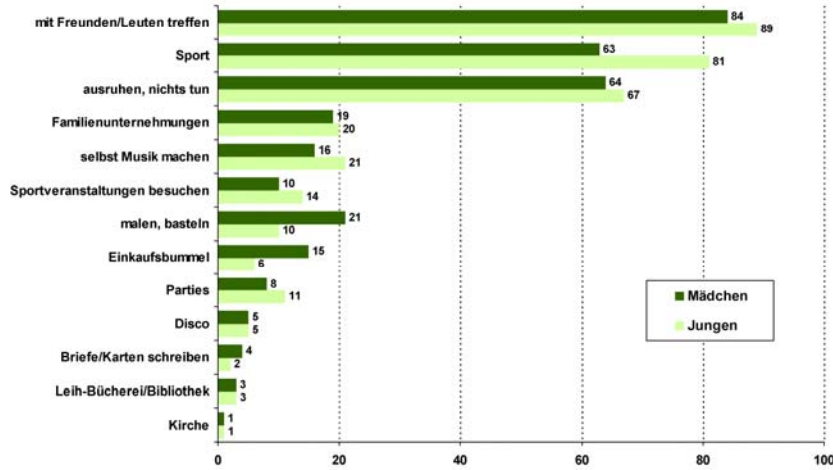
Quelle: JIM 2007, Angaben in Prozent

Basis: alle Befragten, n=1.204

2.2.2 Freizeitaktivitäten



Non-mediale-Freizeitaktivitäten 2007
- täglich/mehrmals pro Woche -



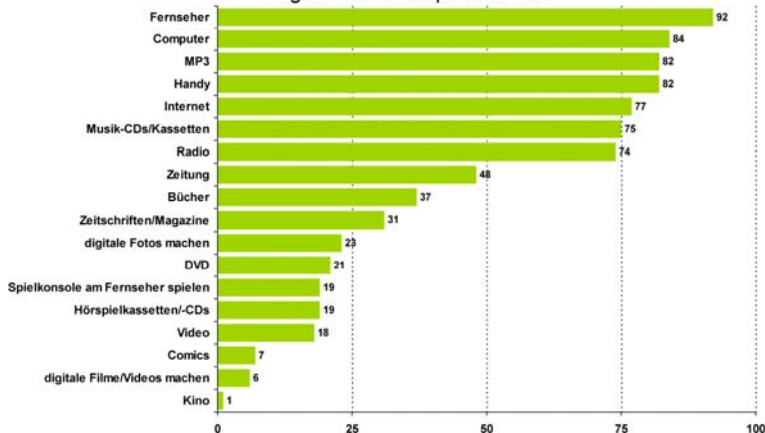
Quelle: JIM 2007, Angaben in Prozent

Basis: alle Befragten, n=1.204

2.2.2 Mediennutzung



Medienbeschäftigung in der Freizeit 2007
- täglich/mehrmals pro Woche -



Quelle: JIM-Studie 2007, Angaben in Prozent

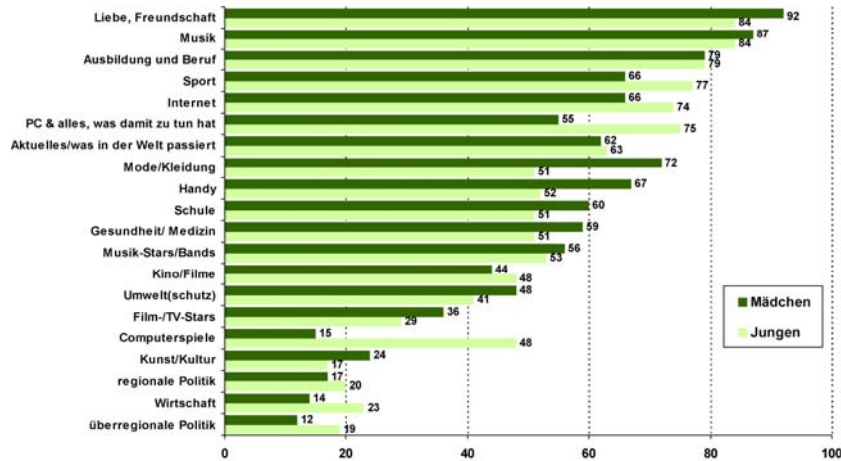
www.mpfs.de

Basis: alle Befragten, n=1.204

2.2.2 Themeninteressen



Themeninteressen 2007
- sehr interessant/interessant -



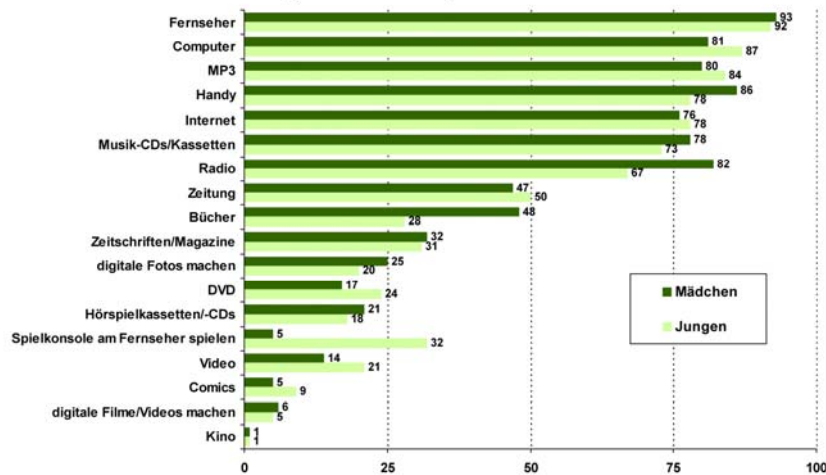
Quelle: JIM 2007, Angaben in Prozent

Basis: alle Befragten, n=1.204

2.2.3 Mediennutzung M/W



Medienbeschäftigung in der Freizeit 2007
- täglich/mehrmals pro Woche -



Quelle: JIM-Studie 2007, Angaben in Prozent

www.mpfs.de

Basis: alle Befragten, n=1.204

3. Musik



1. Was ist das – Musik?
 - Akustisch wahrnehmbare Signale
 - Kombination von Tönen/Klang (Tonhöhe, -lautstärke)
 - Und Rhythmus: Spezifische Bedeutung in Populärmusik
2. Wirkungen von Musik
 - Ohr ist das ontogenetisch älteste Organ
 - Hörsinn ist der sensibelste unserer Sinne
 - Direkte Verbindung zum limbischen System
3. Affektive Bedeutung von Musik
 - Ausdruck unserer non-rationalen „Denkweise“
 - Oder nur ein paar digitale Daten?

3.4 Populärmusik



- Phänomenologischer Zugang
- Abgrenzung zur Kunstmusik
- Abgrenzung zur Volksmusik
- Immanente Kriterien

3.4 Populärmusik – Kriterien



- Produzententypus
- Autorenstatus
- Fehlen eines theoretischen und ästhetischen Überbaus
- Massendistribution
- Tonaufzeichnung als vorherrschendes Speichermedium
- marktwirtschaftliche ökonomische Basis
- industrialisierter Gesellschaftstyp als Entstehungsvoraussetzung
- leistet Sinnvermittlung
- hat mediale Qualität; sie ist ein Massenmedium
- funktionaler Religionsbegriff

3.5 Musik-Konsumenten



Altersstruktur der Tonträgerkäufer | nach Repertoiresegmenten 2005 und 2006

in %	10-19 Jahre	20-29 Jahre	30-39 Jahre	40-49 Jahre	50 Jahre und älter
Bevölkerung 31.12.2005	12,3	12,7	16,6	18,2	40,2
Bevölkerung 31.12.2006	12,3	12,8	15,7	18,3	40,9
Tonträgermarkt gesamt 2005	12,1	19,5	24,9	21,2	22,3
Tonträgermarkt gesamt 2006	11,5	18,6	24,0	22,7	23,2
Pop 2005	14,2	21,9	28,8	21,3	13,8
Pop 2006	13,8	20,8	26,9	24,7	13,8
Rock 2005	16,6	25,8	25,4	22,3	10,0
Rock 2006	16,1	26,0	22,9	25,1	9,9
Schlager/Volksmusik 2005	5,7	12,7	17,9	21,5	42,3
Schlager/Volksmusik 2006	6,2	10,8	17,3	21,0	44,8
Dance 2005	30,7	34,4	18,5	12,8	3,6
Dance 2006	26,3	33,1	21,2	14,8	4,7
Klassik 2005	1,2	3,8	10,9	22,9	61,1
Klassik 2006	0,6	4,5	12,4	20,2	62,2

Inkl. Musikvideo (VHS + DVD), ab 2005 inkl. Musik-Downloads

Quelle: GfK Panel Services

3.6 Bedeutung von Musik



- Musikbezogene Freizeitaktivitäten sind für Jugendliche das Wichtigste.
- Musik als Mittel der Identifikation:
 - Musik als zentrales Element kultureller Praxis Jugendlicher und Kennzeichen für die Zugehörigkeit zu bestimmten Szenen oder Jugendkulturen.
- Musik als Mittel der Abgrenzung
 - Partizipation an Teilkulturen bedeutet Abgrenzung, und zwar von Erwachsenen als auch von anderen Szenen und Teilkulturen.
- Musik als zentrales Element der Identitäts- und individuellen Sinnstiftung
 - Für junge Menschen hat Popmusik existenzielle und bisweilen religiöse Funktionen.

3.6 Religiöse Dimension der Popmusik



- Hagiographen und Exegeten
- Kultkritik
- Konzert – Auftritt des ersehnten Messias
 - inszenierte Erscheinung
 - Hingabe in ekstatischer Verehrung
 - innerer Spannungsbogen des Konzertes
 - Bühne als funktionaler Chorraum
 - Elemente des rituellen Vor- und Nachsingens

4.1 Religion heute



- Sieg der Aufklärung
oder
- Rückkehr der Religion (oder der Spiritualität)?

- Indizien:
 - Tod von Johannes Paul II
 - Wahl Benedikt XVI
 - Weltjugendtag 2005
 - Feuilletons

4.2 Religionsmonitor



- Religionsmonitor 2008 (Bertelsmann-Stiftung)

Schema 1: Schema zur Struktur des RELIGIONSMONITOR

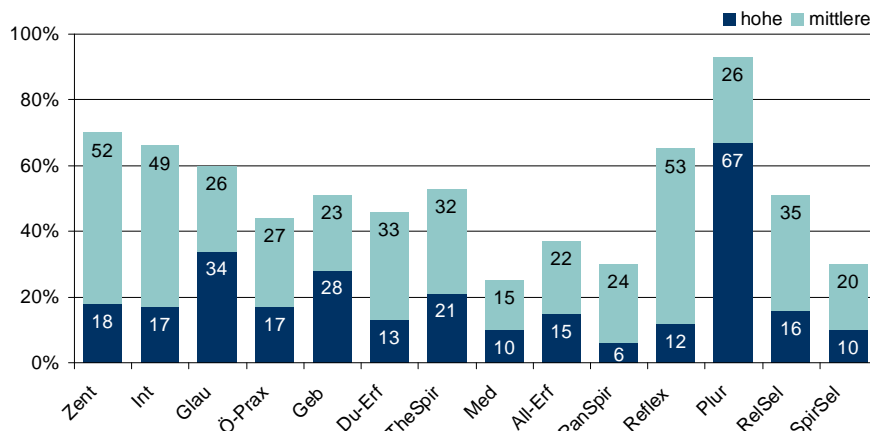
		Inhalte		
		Allgemeine multidimensionale Struktur		Spezifische Themen
		Theistische Semantik	Pantheistische Semantik	
Kerndimensionen	Intellekt	Interesse an religiösen Themen		Religiöse Reflexivität; Religiöse Suche; Theodizee; Spirituelle u religiöse Bücher;
	Ideologie (Glaube)	Glaube an Gott oder etwas Göttliches		Gottesbilder; Weltbilder; Religiöser Pluralismus; Religiöser Fundamentalismus; Einzelne Dogmen (Engel, Dämonen, Endzeit); Astrologie;
	Öffentliche Praxis	Gottesdienst, Gemeinschaftsgebet, Tempelbesuch, Spirituelle Rituale		
	Private Praxis	Gebet	Meditation	Pflichtgebet; Hausaltar;
	Erfahrung	Du-Erfahrung	Einheits-Erfahrung	Emotionale Tönung der religiösen Erfahrungen
	Konsequenzen	Allgemeine Alltagsrelevanz der Religion		Relevanz der Religion in elf Lebensbereichen (z.B. Partnerschaft, Arbeit, Krankheit)
Zentralität	Summenindex zur Zentralität theistischer und pantheistischer Semantik		Religiöses und spirituelles Selbstkonzept	

4.2 Basisdaten



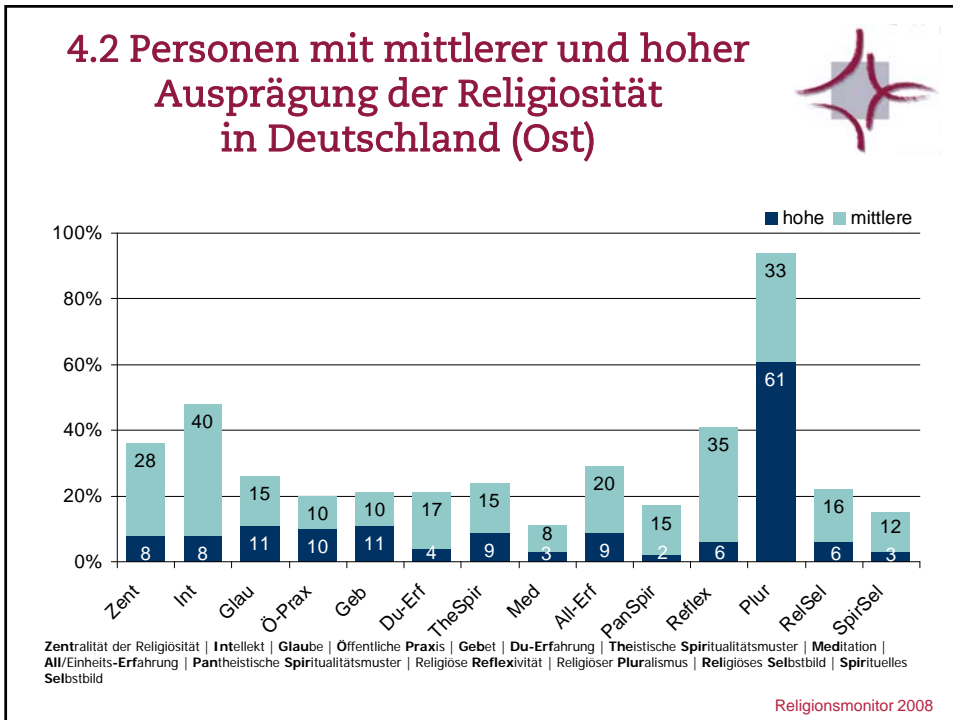
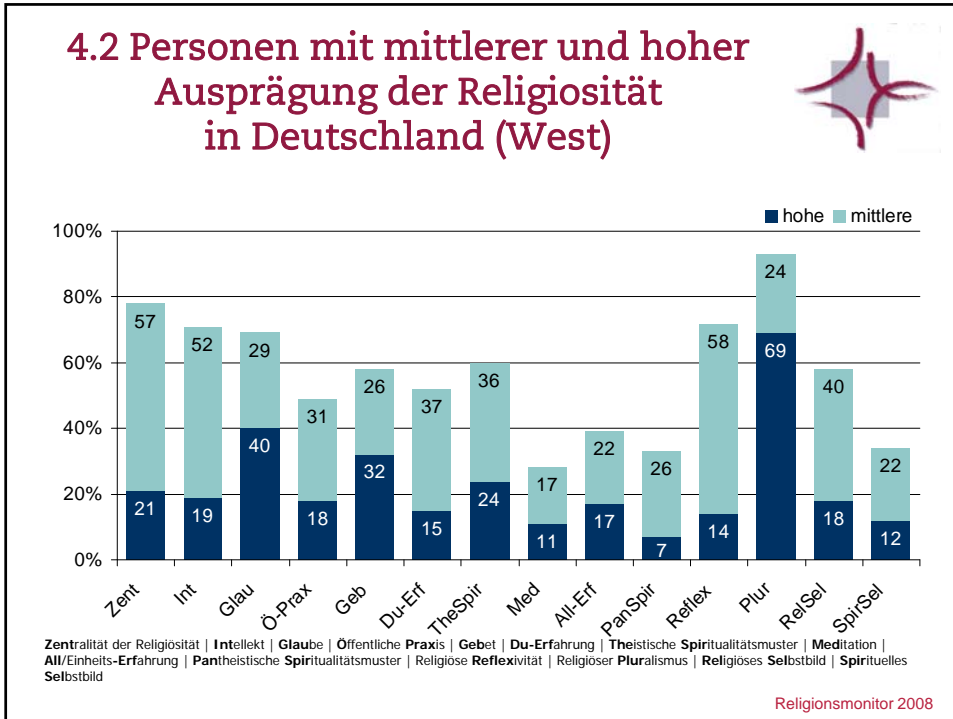
- Ca. 70% formale Zugehörigkeit zu einer Religionsgemeinschaft
- Jeweils rd. 30% rk oder ev (Landeskirche)
- Jeweils 3% freikirchlich u.a. christliche Kirchen
- 1% Orthodoxe Christen
- 4% Islam
- Andere (Buddhisten, Juden, Hindus, Esoteriker) unter 1%
- Rd. 29% gehören keiner Religionsgemeinschaft an (weltweit: 16,5%)!
- Unterscheidung Hoch-Religiöse, Religiöse & Nicht-Religiöse

4.2 Personen mit mittlerer und hoher Ausprägung der Religiosität in Deutschland (Gesamt)



Zentralität der Religiosität | Intellekt | Glaube | Öffentliche Praxis | Gebet | Du-Erfahrung | Theistische Spiritualitätsmuster | Meditation | All/Einheits-Erfahrung | Pantheistische Spiritualitätsmuster | Religiöse Reflexivität | Religiöser Pluralismus | Religiöses Selbstbild | Spirituelles Selbstbild

Religionsmonitor 2008



5. Religion und Jugend



- Shell-Studie 2006: Religion ist mehr als „Glaube an das Jenseits“
- Unterscheidung von kirchennahem und kirchenfernem Typus
- Vier Gruppen:
 - Es gibt einen persönlichen Gott (30%)
 - Es gibt eine überirdische Macht (19%)
 - Ich weiß nicht, was ich glauben soll. (Glaubensunsicher) (23%)
 - Ich glaube weder an einen persönlichen Gott noch an eine überirdische Macht. (28%)

5.1 Religion und Jugend



Abb. 6.5 Religiosität und Para-Religiosität
Jugendliche im Alter von 12 bis 25 Jahren (in %)

	Alle Jugendlichen	Es gibt einen persönlichen Gott	Es gibt eine überirdische Macht	Weiß nicht, was ich glauben soll	Glaube weder an Gott noch an überirdische Macht
<i>Das beeinflusst mein Leben ...</i>					
Schicksal/Vorbestimmung	46	55	67	46	24
Engel / gute Geister	24	39	35	17	6
Die Sterne und ihre Konstellationen	22	23	37	23	11
unerklärliche Phänomene wie Hellseherei/Telepathie	16	15	26	17	9
Satan/böse Geister	9	13	13	6	3
Ufos/Außerirdische	7	6	12	7	4
keines dieser Dinge	42	28	22	43	66

Angaben in %, Auswahl »ja«

Shell Jugendstudie 2006 – TNS Infratest Sozialforschung

5.1 Religion und Jugend



Abb. 6.7 Religiosität und Einstellungen zu den Kirchen

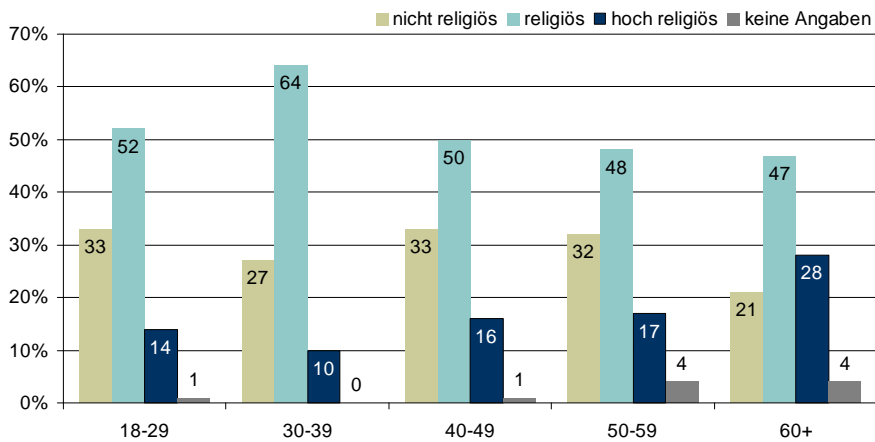
Jugendliche im Alter von 12 bis 25 Jahren (Angaben in %)

	Alle Jugendlichen	Es gibt einen persönlichen Gott	Es gibt eine überirdische Macht	Weiß nicht, was ich glauben soll	Glaube weder an Gott noch an überirdische Macht
Ich finde es gut, dass es die Kirche gibt	69	89	71	69	47
Die Kirche muss sich ändern, wenn sie eine Zukunft haben will	68	60	77	72	68
Die Kirche hat keine Antworten auf die Fragen, die mich wirklich bewegen	65	40	69	73	84
Von mir aus brauchte es die Kirche nicht mehr zu geben	27	8	21	25	54

Angaben in %, Auswahl »ja«

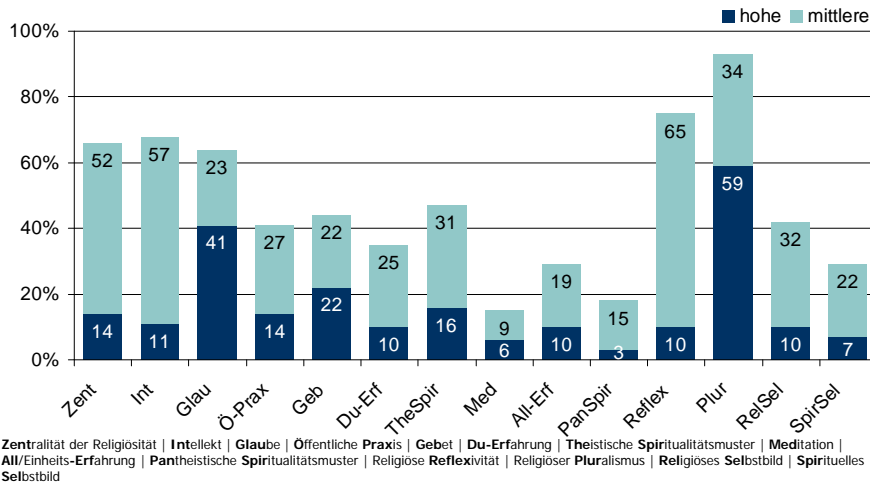
Shell Jugendstudie 2006 - TNS Infratest Sozialforschung

5.2 Zentralität der Religiosität nach Lebensalter



Religionsmonitor 2008

5.2 Personen mit mittlerer und hoher Ausprägung der Religiosität in Deutschland (18 bis 29-Jährige)



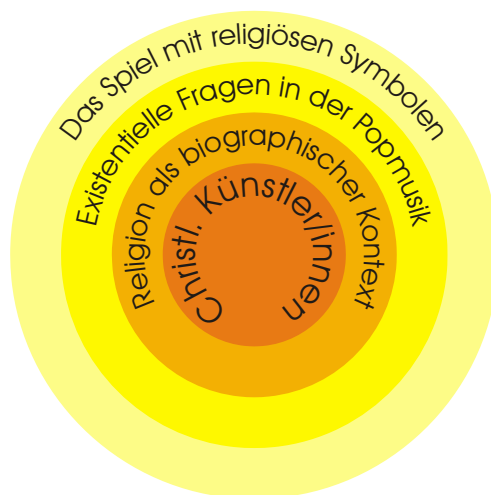
Religionsmonitor 2008
Seite

6.1 Religiöse Symbolik in der Populärmusik



- Kontextuelle Interpretation
- Musik als Medium in einem konsumorientierten Markt
- Der Popmusik-Markt als Ganzes weist quasi-religiöse Phänomene auf
- Qualität des Einsatzes religiöser Symbolik
- Gesetzmäßigkeit des Popmusik-Marktes

6.1 Vier Kategorien religiöser Symbolik



7. Jugend und Musik im Raum der Kirche



1. Das Neue Geistliche Lied
 - Jugendgemäße Musik und Kirche haben eine lange Tradition. Die notwendige Domestizierung entfremdet das NGL notwendigerweise der Musik Jugendlicher.
2. Populärmusik im Gottesdienst
 - Zwischen Anspruch und Wirklichkeit: Intention und angemessene Präsentation
3. Musik-Gottesdienste
 - Vereinbarkeit mit gottesdienstlichen Strukturen? Vereinbarkeit der Lebenswelten?
4. Musikorientierte Jugendarbeit
 - Auch wenn in Populärmusik eher Anfragen als Glaubenssätze formuliert werden, sollte es Ziel der Arbeit sein, Jugendlichen Lebensräume zu eröffnen



Herzlichen Dank
für Ihre Aufmerksamkeit
und Mitarbeit!