Populäre Songs als Mikroformate der medialen Popkultur und als Gegenstand des Musikunterrichts

Von Helmke Jan Keden, Daniela Neuhaus

Zusammenfassung

Der Text beschäftigt sich mit den Nutzungsgewohnheiten des Musikstreamings und dessen möglichen Auswirkungen auf musikalische Strukturen populärer Songs. Die durchgeführte Analyse der deutschen Top 10-Single Charts in den Jahren 2000, 2005, 2012 und 2019 ergab, dass die Songlänge um ca. 25% sank, die Introlänge sich fast halbierte sowie Gesangspart und Refrain immer früher beginnen. Zudem weisen aktuelle Pop-Songs eine Reihe von Veränderungen im formalen Aufbau auf. Die Phänomene legen die Vermutung eines Zusammenhangs mit der zunehmenden Verbreitung des Musikstreamings nahe und können Ausgangspunkt sowie Reflexionsgegenstand für eine Auseinandersetzung im Musikunterricht sein.

„Songs werden immer kürzer“ vermeldete der Radiosender 1Live am 05.06.2019 über Facebook (1Live 2019). Grundlage dieser Feststellung war ein Vergleich der Top 10 der ersten Juniwoche von 2009 und 2019, der zeigt, dass die Songs 2019 im Mittel um 32 Sekunden kürzer sind als 2009. Ein Grund für diese Entwicklung sei, so ist unter der gezeigten Grafik zu lesen, das Streaming. Auch andere Medienberichte aus der jüngeren Vergangenheit mit Schlagzeilen wie „30 Sekunden, die den Pop verändern“ (Kevdes 2017) oder „Bye bye Intro“ (Liese 2017) verweisen darauf, dass erfolgreiche Songs der aktuellen Popkultur als Folge der Rezeptionspraktiken des Musikstreamings zunehmend als verkürzte und verdichtete ästhetische Formen vorliegen, sich also als Mikroformate charakterisieren lassen.

Genauere Zahlen liegen hierzu bislang allerdings nicht vor. Zwar ergibt eine US-amerikanische Studie Veränderungen der Songs in den Billboard-Charts der letzten 30 Jahre im Hinblick auf vier Merkmale[1] (Léveillé Gauvin 2018). Hierbei werden jedoch weder die Gesamtlänge der Songs noch die Länge der Intros berücksichtigt. Vor diesem Hintergrund haben wir – ausgehend von der aktuellen Nutzungspraxis sowie den Rahmenbedingungen des Musikstreamings eine eigene Analyse von Songs der deutschen Charts der letzten 20 Jahre vorgenommen, um zu überprüfen, inwiefern sich hier tatsächlich Phänomene der Verkürzung und Verdichtung bestätigen lassen. Dabei haben wir sowohl äußere Merkmale als auch die formale Binnenstruktur der Songs.

Die Ergebnisse können nicht nur musiksoziologisch und musikästhetisch relevant sein, sondern legen auch musik- und medienpädagogische Überlegungen nahe. Denn der Musikunterricht an allgemeinbildenden Schulen soll sowohl aktuelle musikkulturelle Entwicklungen berücksichtigen (MSW 2012), als auch darauf abzielen, die Schüler*innen zu einem reflektierten Umgang mit medialen Möglichkeiten zu befähigen.

„Im Musikunterricht der Sekundarstufe I erwerben die Schülerinnen und Schüler […] grundlegende Kompetenzen, die es ihnen ermöglichen sollen, sich in ihren Lebens- und Erfahrungsräumen bewusst auf Musik einzulassen und sich mit ihr auseinanderzusetzen.“ (MSW 2013, S. 9)

Gerade Musikstreamingdienste bieten hierfür verschiedene Anknüpfungspunkte. Entsprechend formulieren wir im Anschluss an unsere Analyse einige Überlegungen, wie und vor welchem theoretischen Hintergrund die Zusammenhänge von Nutzung, Marktmechanismen und künstlerischer Praxis im Musikunterricht berücksichtigt werden könnten.[2]

Musikstreaming

„Musik für alle“, „Musik für jeden Moment“, „You are what you listen to“ – so klingen Werbeslogans des Marktführers Spotify für sein Musikstreamingangebot (Spotify 2019b). Seit der Einführung der Plattform MySpace 2005 ist es möglich, via Streaming legal und mithilfe des Smartphones nahezu überall auf eine immer größer werdende Musiksammlung zuzugreifen (Ruth 2019). Es ist nicht mehr notwendig, CDs oder Schallplatten zu besitzen oder Musikdateien auf den eigenen Computer zu laden, um Musik hören zu können. Zwar dominierte 2018 nach wie vor das Radio den Musikkonsum mit einer durchschnittlichen Hördauer von gut neun Stunden pro Woche, auf Musik-Streaming-Dienste entfielen jedoch bereits etwa drei Stunden pro Woche, Tendenz steigend (Clement et al. 2019, S. 24). Und die JIM-Studie 2018 (Feierabend et al. 2018, S. 22) zeigte, dass bei Jugendlichen das Musikstreaming inzwischen bedeutsamer ist als das Radiohören: 62 % der 12- bis 19-Jährigen nutzen täglich oder mehrmals pro Woche Streamingdienste zum Musikhören, 57 % nutzen hierfür das Radio und nur noch 24 % physische Tonträger oder mp3--Dateien.

Charakteristisch für Musikstreaming ist, dass aus einem riesigen und unüberschaubaren Angebot ausgewählt werden kann. So gab etwa Spotify im Dezember 2019 auf seiner Website an, über 50 Millionen Songs für Streaming zur Verfügung zu stellen (Spotify 2019a). Umso wichtiger wird es dabei für Produzent*innen und Künstler*innen, die Nutzer*innen auf sich aufmerksam zu machen und diese Aufmerksamkeit aufrecht zu erhalten (vgl. Léveillé Gauvin 2018). Denn mit dem Skip-Button kann jederzeit mit einem Klick zum nächsten Song gewechselt werden:

“The skip button is now a big part of the overall listening experience. Don’t like a song? Skip it. Never heard a song? Skip it. Just heard a song? Skip it. The Skip even plays a role in how we pay for music. For most music subscription services if you want the freedom to skip a song whenever you want, you’ll need to be a premium subscriber, otherwise you’ll be limited to a half-dozen or so skips per hour.” (Lamere 2014)

Entsprechend häufig werden Songs nur kurze Zeit angehört: Lamere (2014) gibt auf Grundlage der Spotify-Nutzungsdaten an, dass ein Song mit einer Wahrscheinlichkeit von 29 % nur maximal 10 Sekunden lang gehört wird. Mühlinghaus (2019, S. 52) kommt in ihrer Befragung zu einem ähnlichen Ergebnis: 17 % der Befragten (n=102) entscheiden innerhalb der ersten 10 Sekunden, ob ihnen ein unbekannter Song gefällt. Nur etwa ein Viertel der Befragten hört unbekannte Titel länger als 30 Sekunden an. Diese 30 Sekunden Aufmerksamkeit für einen Song stellen dabei eine wichtige Grenze dar: Erst wenn ein Song länger als 30 Sekunden gehört wird und dies innerhalb eines Premium-Abonnements passiert, findet er für die Charts Berücksichtigung und es werden Tantiemen (wenn auch nur in minimaler Höhe) ausgeschüttet (Bundesverband Musikindustrie 2019, S. 11). Mit werbebasierten, kostenfreien Streamingformaten abgerufene Songs bleiben unabhängig von der Hördauer dabei unberücksichtigt.

Songs als Mikroformate

Mediale Neuerungen haben sich schon immer auf künstlerische Prozesse ausgewirkt, zumal dann, wenn ihre Produkte massentauglich vermarktet wurden. So avancierte beispielsweise der begrenzte Speicherplatz, den eine Single, eine LP, eine Kassette oder eine CD vorgaben, zu einem wichtigen Maßstab der künstlerischen Arbeit. Für das ohrgerechte Airplay der Radiostationen ist auch heute noch eine praktikable Songversion (Radio Edit) wichtige Voraussetzung für die Aufnahme in die Senderotationen (Robison 2012; Schramm 2008). Solche äußeren Begrenzungen der künstlerischen Arbeit fallen besonders mit der Einführung der Musikstreamingdienste weg: Speicherplatz steht nahezu unbegrenzt zur Verfügung, ebenso hohe Verarbeitungs- und Datenübertragungsraten. Dieser Umstand könnte als neue Freiheit interpretiert werden, die es ermöglicht, Songs in beliebiger Länge zu gestalten.

Jedoch legen die aktuelle Nutzungspraxis und die Tantiemenregeln für Songs, die kommerziell erfolgreich sein wollen bzw. sind, die gegenteilige Vermutung nahe. Durch die oben beschriebene immense Bedeutung der ersten 30 Sekunden ist es essenziell, die Hörer*innen davon abzuhalten, das Hören des Songs innerhalb dieser kurzen Zeitspanne abzubrechen. Um die Aufmerksamkeit am Anfang des Songs zu halten, müssen möglichst viele musikalische Ideen bereits dort präsentiert werden. Gleichzeitig verliert

so jedoch die anschließende Gestaltung des Songs an Relevanz. Entsprechend lässt sich vermuten, dass kommerziell erfolgreiche Songs zumindest in den ersten 30 Sekunden musikalisch dichter sind und dass ihre Länge insgesamt kürzer geworden ist. Denn die Zeit nach den ersten 30 Sekunden ist für den kommerziellen Erfolg nicht mehr relevant. Damit reichlich Tantiemen fließen, besteht vielmehr ein Interesse daran, dass in kurzer Zeit möglichst viele Songs gehört werden, wobei die Empfehlungssysteme der Streamingdienste die Wahrscheinlichkeit befördern, dass ein einmal gehörter Song erneut angehört oder ein anderer des*der gleichen Künstler*in ausgewählt wird (Kropf 2019). An langen Songs, wie man sie etwa von Konzeptalben der 1970er-Jahre kennt, besteht also zumindest aus marktstrategischer Sicht kein Interesse.[3]

Veränderungen ausgewählter Songmerkmale seit 2000

Ausgehend von den beschriebenen Beobachtungen und Überlegungen haben wir die Top 10 der deutschen Single-Charts jeweils am ersten Tag der Monate Februar bis Juli in den Jahren 2000, 2005, 2012 und 2019 untersucht.[4] Neben der Frage nach der durchschnittlichen Länge des Songs ermittelten wir dabei die Länge der Intros, den Zeitpunkt, an dem die Gesangsstimme einsetzt sowie den Zeitpunkt, an dem der Refrain zum ersten Mal erklingt. Es sollte geprüft werden, ob sich die von uns vermutete zunehmende musikalische Verdichtung darin zeigt, dass

- die Songs insgesamt kürzer werden,
- ihre Intros kürzer werden oder sogar ganz wegfallen,
- die Gesangsstimme als charakteristisches Wiedererkennungsmerkmal der Künstler*innen früher einsetzt,
- der Refrain als zumeist eingängigster Teil eines Songs mit hohem Wiedererkennungswert und damit ein wichtiger Faktor für erneutes Streaming spätestens nach 30 Sekunden zu hören ist und insgesamt früher einsetzt.

Einen Überblick über die Mittelwerte der von uns untersuchten Merkmale gibt Tabelle 1. Vergleicht man zunächst die durchschnittliche Dauer der Top 10 der deutschen Single-Charts (Abbildung 1), so bestätigt sich unsere Vermutung. Es zeigt sich eine Abnahme um etwa ein Viertel: Vor der Einführung der ersten Streamingdienste (2000) betrug die Länge noch durchschnittlich 4:07 Minuten, im Jahr 2019 sind es hingegen nur noch 3:05 Minuten ($r(233) = -.491$, $p < .01$).[5] Auch die Intros werden deutlich kürzer (Abbildung 2), waren es im Jahr 200 noch 25 Sekunden, so entfallen 2019 im Mittel nur 13 Sekunden auf das Intro ($r(220) = -.297$, $p < .01$).

Jahr (jeweils am ersten Tag der Monate Februar - Juli)	Songlänge			Länge Intro			Einsatz Stimme			Einsatz Refrain		
	N	MW [s]	SD [s]	N	MW [s]	SD [s]	N	MW [s]	SD [s]	N	MW [s]	SD [s]
2000	58	247	53	55	24,8	18,5	58	17,6	19,8	58	50,5	31,2
2005	57	229	34	53	14,4	6,9	57	13,4	7,2	57	30,6	21,2
2012	60	220	30	57	13,4	10,2	60	13,1	14,5	60	43,5	31,9
2019	60	185	36	57	13,1	9,5	60	10,2	10,1	60	33,6	27,9

Tabelle 1: Übersicht über Anzahl der untersuchten Songs (Top 10 der deutschen Single Charts) sowie Mittelwerte und Standardabweichungen für die untersuchten Merkmale.

Beide Entwicklungen lassen sich exemplarisch anhand eines Vergleichs des Songs „Cheri cheri lady“ von Modern Talking (1985) mit der Coverversion „Cherry Lady“ von Capital Bra (2019) illustrieren. Die Coverversion ist mit 2‘40“ etwa ein Fünftel kürzer als das Original (3‘18“). Das Intro ist mit etwa 8 Sekunden im Vergleich zu dem des Originals, das 18 Sekunden dauert, sogar weniger als halb so lang.

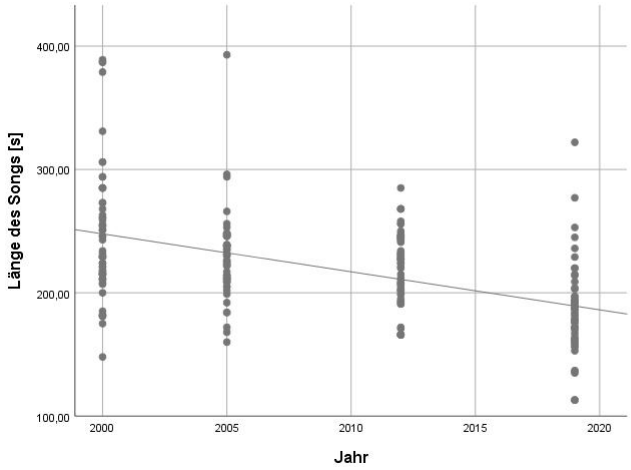

Abb. 1: Länge der untersuchten Songs in Abhängigkeit vom untersuchten Zeitraum (jeweils Februar bis Juli eines Jahres).

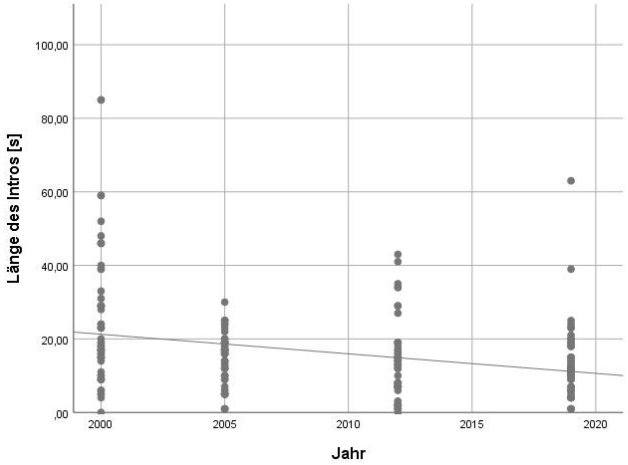

Abb. 2: Länge der Intros in Abhängigkeit vom untersuchten Zeitraum (jeweils Februar bis Juli eines Jahres).

Auch unsere beiden anderen Vermutungen finden sich in den Daten wieder, wenn auch mit deutlich kleineren Effekten: Der Einsatz der Gesangsstimme erfolgt im Jahr 2019 im Durchschnitt früher, nämlich nicht erst nach 18 Sekunden (Jahr 2000), sondern bereits nach 10 Sekunden ($r(233)=-.177$, $p=.003$). Der Refrain (Abbildung 4) setzt im Jahr 2019 tatsächlich nicht mehr erst nach etwa 51 Sekunden (2000) ein, sondern im Mittel kurz nachdem die wichtigen 30 Sekunden vergangen sind, nach 34 Sekunden ($r(233)=-.132$, $p=.021$). Bei 57 % der untersuchten Songs für das Jahr 2019 setzt der Refrain spätestens nach 30 Sekunden ein.

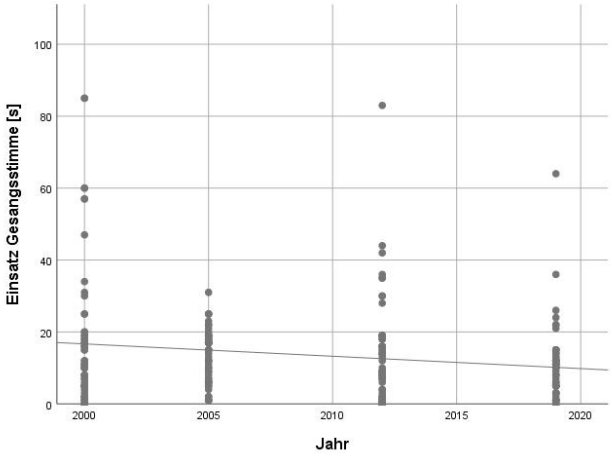

Abb. 3: Zeitpunkt, zu dem die Gesangsstimme eines Songs erstmals einsetzt, in Abhängigkeit vom untersuchten Zeitraum (jeweils Februar bis Juli eines Jahres).

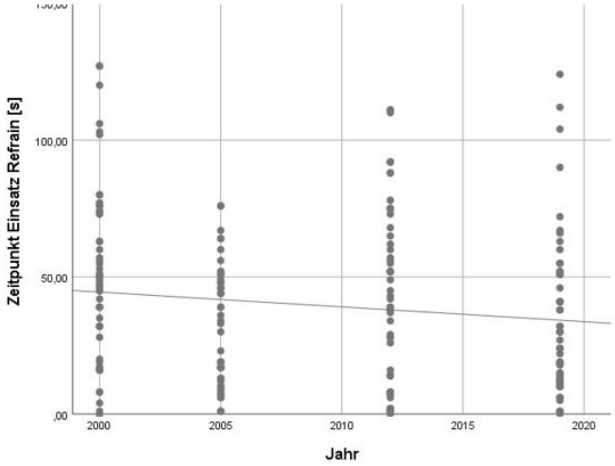

Abb. 4: Zeitpunkt, zu dem der Refrain erstmals erklingt, in Abhängigkeit vom untersuchten Zeitraum (jeweils Februar bis Juli eines Jahres).

Damit bestätigen und ergänzen unsere Ergebnisse die Analyse der Billboard-Charts zwischen 1986 und 2015 von Léveillé Gauvin (2018). Er suchte – ausgehend von der auf das Musikstreaming übertragbaren These, dass Aufmerksamkeit als rares Gut eine größere wirtschaftliche Bedeutung hat als Geld – nach dazu passenden, charakteristischen Veränderungen der Songs. Es zeigte sich eine signifikante Abnahme der Wortanzahl im Titel (r=.-27, p<.001), eine signifikante Zunahme des Tempos (r=.18, p=.002), ein signifikant früheres Einsetzen der Gesangsstimme (r=.36, p<.001) sowie ein signifikant früheres Vorkommen des Songtitels (r=-.18, p<.001; Léveillé Gauvin 2018, S. 296).[6] Léveillé Gauvin (2018, S. 302) sieht dies als konsistent mit der Theorie der Ökonomie der Aufmerksamkeit, verweist aber auch auf den noch ausstehenden Beleg, dass sich diese kompositorischen Veränderungen tatsächlich auf das Hörverhalten in der gewünschten Weise auswirken.

Zusammenfassend lassen sich damit aktuell erfolgreiche Songs auf Grundlage unserer Analysen sowie ergänzt um die Ergebnisse Léveillé Gauvins (2018) als Mikroformat charakterisieren: Sie sind insgesamt kürzer geworden und ihr Tempo hat sich erhöht.

Die Songtitel (Wortanzahl) sowie die musikalischen Intros sind ebenfalls kürzer geworden, dafür setzen Gesang und Refrain früher ein.

Auch wenn es naheliegt, der zunehmenden Verbreitung des Musikstreamings aus den oben beschriebenen Gründen eine bedeutsame Rolle hierfür zuzuschreiben, bedarf es genauerer Untersuchungen zur Klärung der Frage, in welchen soziologischen und musikkulturellen Entwicklungen weitere Ursachen liegen könnten, zumal Léveillé Gauvin (2018) die von ihm untersuchten Entwicklungen bereits seit den 1980er-Jahren beobachten konnte. Ebenso ist zu vermuten, dass sich die aufgezeigten stetigen Verkürzungen und Verdichtungen hinsichtlich der betrachteten Dimensionen in den nächsten Jahren nicht im gleichen Maße weiter fortsetzen werden. Eine entsprechende Gegenbewegung, die sich der ständigen Verkürzung und Verdichtung widersetzt („Deep Cut“), ist bereits zu beobachten (Kevdes 2017).

Formaler Aufbau aktueller Songs

Wie bereits beschrieben, gelten beim Musikstreaming aus ökonomischen Gründen die ersten 30 Sekunden als entscheidend für den kommerziellen Erfolg eines Songs. Entsprechend groß ist der Druck auf die Songwriter*innen und Produzent*innen, zu verhindern, dass das Hören eines Songs frühzeitig abgebrochen wird. Das hat Auswirkungen auf die Songstruktur, denn die oben bereits erläuterten Veränderungen folgen dem Prinzip größtmöglicher Abwechslung. Hieraus ergibt sich auch, dass die Anzahl der musikalischen Formteile (Refrain, Strophe, Bridge usw.) in den ersten 30 Sekunden hoch ist. Zusätzlich fungieren Geräusche als so genannte „Hooks”, an denen die Hörer*innen „hängen bleiben“ sollen, um ein frühes Wechseln zum nächsten Song zu verhindern.

Eine exemplarische Formanalyse der ersten 30 Sekunden von 100 Songs, die im Juni 2019 in den Spotify-Charts gelistet waren (Top 200), ergab eine Klassifikationsmöglichkeit der überwiegenden Zahl der Songs in drei etwa gleich häufig vorkommende Haupttypen:

1. „Classical Song“: Song, der auf ein Intro verzichtet, aber danach weitgehend die Form traditioneller Pop-Songs einhält, um dann spätestens bei 30 Sekunden den eingängigen Mitsing-Refrain zu erreichen (Abbildung 5).

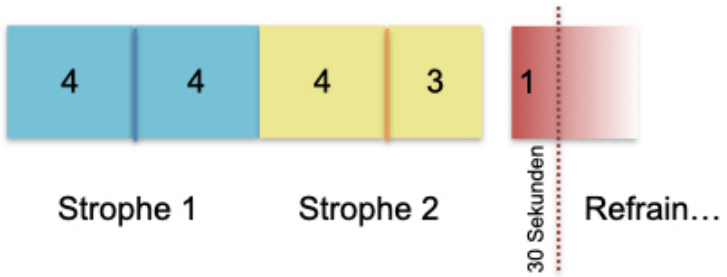

Abb. 5: Formablauf „Sucker“ von Jonas Brothers. Die Ziffern geben die Anzahl der Takte des jeweiligen Teils an, die Lücke vor dem Refrain zeigt den Break an dieser Stelle.

2. „Refrain-Song“: Noch direkter erscheint die Variante, in welcher der eingängige Refrain mit Ohrwurmcharakter direkt zu Beginn des Songs erklingt, zumeist in leicht abgeänderter Form als später im Lied, um eine Sogwirkung zu erzeugen. Wichtig ist hierbei, dass die folgende Strophe nicht zu lang ist, damit ein weiterer Songteil – zumeist eine anders gesungene Strophe oder ein Prechorus – vor der Sekunde beginnen kann und so das „Skippen“ möglichst verhindert (Abbildung 6). Bei diesem Beispiel von Ava Max ist bemerkenswert, dass die Künstlerin im Jahr 2018 bereits mit einem ähnlichen Song (“Sweet but psycho”) sehr erfolgreich war. Dieser Song ist in den ersten 45 Sekunden hinsichtlich des formalen Aufbaus und der zeitlichen Struktur sekundengenau völlig identisch mit „So am I“, gleiches gilt für das Grundtempo und die Tonart. Und auch im Jahr 2020 scheint sie diese ‚Erfolgs-

formel‘ mit dem Titel „Kings & Queens“ fortzusetzen.

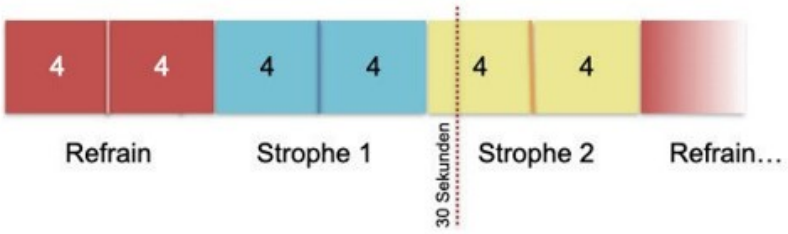

Abb. 6: Formablauf „So am I“ von Ava Max.

3. „Compressed Song“: Es gibt auch Formen, die noch mit einem instrumentalen Intro arbeiten. Dieses ist allerdings äußerst kurz gehalten, da im Anschluss noch weitere Teile folgen, um den Refrain oder den Prechorus vor der 30. Sekunde erklingen zu lassen (Abbildung 7).

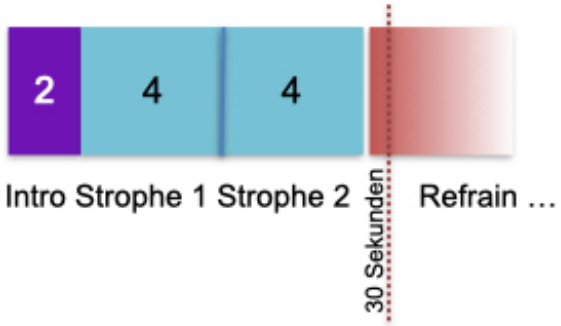

Abb. 7: Formablauf „Open Up“ von Matt Simons. Auch hier zeigt die Lücke einen (kurzen) Break vor dem Refrain an.

Die hier beispielhaft dargestellte Dichte der formalen Songstrukturen hat deutliche Folgen für den weiteren Verlauf der Songs, da zumeist bereits in den ersten 30 Sekunden alle Formteile erscheinen, die den tradierten Hörgewohnheiten konventioneller Pop-Songs entsprechen, wenn auch oft nur sehr kurz. Manchmal werden für die Songverlängerung zwar vokale Rudimente des Refrains oder des Prechorus nach Manier des Skatgesangs über bereits bekannten Harmoniefolgen als Variationen präsentiert (sog. Pop-Drop). Doch zumeist findet sich in den Songs nach den ersten 30 Sekunden kaum noch neues musikalisches Material, so dass die aktuelle Verkürzung der Gesamtlänge der Songs nur logisch erscheint.

Mikroformatierung als Thema für den Musikunterricht

Die beschriebenen Phänomene stellen aus unserer Sicht ein interessantes Thema für den Musikunterricht dar und bieten vielfältige Anknüpfungspunkte. Bevor wir einige konkrete Ideen hierzu formulieren, ist es jedoch sinnvoll, diese zumindest punktuell in der musikpädagogischen und in der medienpädagogischen Diskussion zu verorten.

Musikpädagogischer und medienpädagogischer Bezugsrahmen

Die medienkritische Haltung des Fachs der 1970er- und 1980er-Jahre (Münch 2012) und die intensive Diskussion in den 1990er-Jahren und zu Beginn der 2000er-Jahre über Möglichkeiten der Nutzung digitaler Medien für den Musikunterricht ist einer pragmatischen Haltung in der Musikpädagogik gewichen (Ahlers 2018). Zeitschriften für Musiklehrkräfte wie „Musik und Bildung“ oder „Musik und Unterricht“ erhalten beispielsweise heute vielfältige Vorschläge, welche Apps für den Musikunterricht interessant sind und wie diese eingesetzt werden können. Medienpädagogische Überlegungen und die Frage nach fachspezifischen Aspekten der Medienkompetenz von Kindern und Jugendlichen stehen gegenwärtig allerdings eher im Hintergrund (Ahlers & Godau 2019; Münch 2013).

Im Gegenzug hat die Medienpädagogik trotz der immensen Bedeutung von Musik im Alltag von Kindern und Jugendlichen[7] die Frage nach Aufgabe und Beitrag des Musikunterrichts zur Medienkompetenz bislang wenig im Blick. Medienpädagogische Ansätze sowie Kompetenzmodelle zur Medienbildung bieten jedoch vielfältige Anknüpfungspunkte für die Auseinandersetzung mit dem Phänomen Musikstreaming.[8] So könnte es ein Ziel sein, im Sinne einer aufklärenden Pädagogik Wissen über die Hintergründe des Musikstreamings zu vermitteln und die damit verbundenen Besitz- und Machtverhältnisse zu thematisieren (Süss et al. 2018, S. 95). Dies gäbe den Schüler*innen die Möglichkeit, auf der Grundlage der musikalischen Analyse die Auswirkungen des Musikstreamings auf künstlerische Prozesse kritisch zu reflektieren und eine eigene Urteilsfähigkeit zu entwickeln, wobei hierbei der Gefahr begegnet werden müsste, dass die Schüler*innen dies als Kritik an ihrer Mediennutzung verstehen (ebd., S. 97).

Einen anderen medienpädagogischen Anknüpfungspunkt bietet das Kompetenzmodell von Tulodziecki, Grafe und Herzig (2019), das die Integration verschiedener medienpädagogischer Ansätze anstrebt. Hier lassen sich aufklärende sowie handlungsorientierte Konzepte wiederfinden, beispielsweise im Ziel der Entwicklung einer Medienkompetenz, „dass das Individuum bereit und in der Lage ist, auf der Grundlage genereller Kommunikationsfähigkeit in Medienzusammenhängen sowohl sachgerecht und selbstbestimmt als auch kreativ und sozial verantwortlich zu handeln.“ (Tulodziecki et al. 2019, S. 185).

Als einen Aspekt nennen die Autor*innen im Folgenden auch die Einflüsse auf die Kultur:

„In diesem Aufgabenfeld geht es darum, Medieneinflüsse auf Vorstellungen über Erfahrbares und nicht direkt Erfahrbares, auf Emotionen, auf Verhaltens- und Wertorientierungen sowie auf soziale Zusammenhänge, auf Freizeit und Beruf, auf Alltag und Kultur sowie auf weitere gesellschaftliche Bereiche bewusst zu machen und zu bewerten.“ (Tulodziecki et al. 2019, S. 213). Hieran anknüpfend stellt die Auseinandersetzung mit den Einflüssen des Musikstreamings auf die Musik, die die Schüler*innen in ihrer Freizeit hören oder nicht hören, sowie die Auswirkungen auf die Musikkultur insgesamt für uns eine wichtige Aufgabe des Musikunterrichts dar (vgl. auch MSW 2013). Zudem fordern beispielsweise Stroh und Trappe (2015) zu Recht, Musik(-Unterricht) dürfe nicht allein ein „Zubringer zur Medienbildung“ sein, sondern ebenso müssten musikimmanente Ziele angestrebt werden. In der aktuellen musikpädagogischen Diskussion zeichnen sich – bei aller Vielfalt von Zielen und Konzepten – derzeit drei konsensfähige Linien im Hinblick auf wünschenswerten Musikunterricht ab:

„So scheint [erstens] Einvernehmen darüber zu herrschen, dass Musikpraxis, also gemeinsames Singen und Musizieren im Klassenverband, einen entscheidenden Beitrag zu musikalischer Bildung leiste […], und dass [zweitens] musikalisch-ästhetischen Erfahrungen im Musikunterricht besondere Bedeutung zukomme.“ (Puffer & Hofmann 2017, S. 249). Als dritter Aspekt kommt die von Kaiser (1999, S. 10) formulierte Idee musikalischer Bildung als „Überführung (Transformation) einer real oder verdeckt in die Schule hineinreichenden usuellen Musikpraxis (wie sie durch die Jugendlichen in die Schule hineingetragen wird) in eine verständige Musikpraxis“ hinzu. Macht man Musikstreamingdienste, die gängige Nutzungspraxis und die beschriebenen musikimmanenten Veränderungen der letzten Jahrzehnte zum Gegenstand des Musikunterrichts, so lassen sich alle drei zitierten Linien mit medienpädagogischen Zielsetzungen und Zugängen verbinden. Dies wollen wir im Folgenden anhand weniger Beispiele skizzieren.

Unterrichtsbezogene Ansatzpunkte

Grundsätzlich sollten die beschriebenen musikalischen Phänomene der Verkürzung und Verdichtung zunächst einmal sichtbar und für die Schüler*innen nachvollziehbar gemacht werden. Dies kann auf unterschiedliche Weise, etwa vorwiegend musikpraktisch, kreativ oder rezeptiv geschehen und sollte unbedingt vergleichende Wertungen vermeiden. Im nächsten Schritt kann dann ein in den musikalischen Strukturen verankerter Austausch über die eigenen ästhetischen Urteile und ihre Begründungen erfolgen (Rolle 2014).

Songwriting

Aktuell erfolgreiche Songs können als Vorbild dienen, eigene Songs mithilfe entsprechender Apps wie z.B. *Garage Band* nach dem Baukastenprinzip selbst zu produzieren. Gemeinsamkeiten und Unterschiede der erstellten Songs sollten ebenso vor dem Hintergrund der beschriebenen Marktmechanismen diskutiert werden wie auch der Produktionsprozess selbst. Hier könnten der Umgang mit den äußeren Vorgaben (etwa pragmatisch oder widerständig) und mögliche Widersprüche zu den eigenen künstlerischen Vorstellungen sowie die Konsensfindung innerhalb einer Gruppe angesprochen werden. Dabei wird sowohl an die aktuelle Gebrauchspraxis der Schüler*innen angeknüpft und darauf abgezielt, diese in eine verständige Musikpraxis zu überführen, als auch die musikbezogene Argumentationskompetenz (Rolle 2014, 2017) gefördert.

Original und Bearbeitung

Ebenfalls produktionsorientiert ist die Integration in das Thema „Original und Bearbeitung“. Hier lassen sich – neben einem hörend-analytischen Vergleich von aktuellen Coverversionen der 1980er- und 1990er-Jahre – ältere Songs so bearbeiten, dass sie den Anforderungen des Musikstreamings entsprechen. Auch die umgekehrte Form der Erstellung einer Coverversion eines aktuellen Songs im Stil der 1980er-Jahre wäre denkbar. Eine nachfolgende Reflexionsphase nimmt die Unterschiede in den Blick und bietet Möglichkeiten, das Verhältnis von künstlerischem Ausdruckswillen und Erfolgsstrategien zu diskutieren und so im Sinne von Tulodziecki et al. (2019) gesamtgesellschaftliche Medieneinflüsse auf musikkulturelle Entwicklungen zu verdeutlichen.

Musik- und Mediengeschichte

Am Zusammenhang zwischen Mediengeschichte und musikkulturellen Neuerungen kann eine historische Betrachtung ansetzen (vgl. Münch 2013, Knolle 2008). Wer die Veränderungen des Gegenstandes Musik etwa durch die Verbreitung des Radios, die Erfindung des Synthesizers oder den Start des Musiksenders MTV nachvollzogen hat, kann Musikstreaming in einen größeren Kontext setzen und die musikhistorische Konstante erkennen. Anhand historischer Beispiele, wie der Diskussion um die vermeintlichen Gefahren des Walkmans, lassen sich Vergleiche zur gegenwärtigen Debatte über Musikstreaming ziehen, wie sie sich etwa in aktuellen Medienberichten spiegelt (z. B. Kevdes 2017, Pelly 2019).

Musik als Zeitkunst

Weiterführend lässt sich vor allem in der Oberstufe die beschriebene Verdichtung des musikalischen Materials in das Thema Musik als Zeitkunst integrieren. Eine ähnliche Analyse, wie die von uns durchgeführte Auswertung der Charts, kann den Ausgangspunkt bilden und Phänomene der Verkürzung und Verdichtung in verschiedenen künstlerischen Bereichen in den Mittelpunkt stellen. Auch hier lässt sich die ästhetische Argumentationskompetenz fördern, indem diskutiert wird, wie ästhetische Urteile zustande kommen, wie sie sich begründen lassen, und mit welcher Erwartungshaltung wir neuer Musik begegnen.

Mediennutzung

Erweitern lassen sich die beschriebenen Perspektiven durch einen musiksoziologischen Ansatz, der die eigene Nutzungspraxis

zum Ausgangspunkt nimmt. Eine selbst gestaltete Umfrage zur Nutzung von Musikstreamingdiensten und zu den Gründen, warum unbekannte Songs länger gehört oder frühzeitig unterbrochen werden, könnte den Ausgangspunkt dafür bieten, entsprechende Empfehlungen für kommerziell oder eben kommerziell nicht erfolgreiche Songs zu formulieren. Hier lässt sich in beschriebener Weise wiederum die Produktion eigener Songs anschließen. Ebenso können ältere Songs anhand der erarbeiteten Kriterien vor dem Hintergrund der Frage analysiert werden, ob diese aktuell eine Chance auf eine Platzierung in den Charts hätten. Erweitert werden kann dies im Hinblick auf die Funktionen von Playlists als wesentliches Merkmal von Musikstreamingdiensten im Vergleich zur Zusammenstellung ganzer Alben durch die Künstler*innen selbst.

Anmerkungen

[1]Diese Merkmale sind: Tempo, Wortanzahl im Titel, Einsatz der Gesangsstimme, erstes Vorkommen des

[2]Dies stellt nach Münch (2013, S.) gleichzeitig eine Konstante in der Mediengeschichte dar und ermöglicht so zusätzlich vielfältige historische Bezüge: Stets bedingen medial-technische Möglichkeiten und musikkulturelle Praktiken einander.

[3]Mit dieser Festlegung auf die Frage nach Merkmalen kommerziell erfolgreicher Songs blenden wir Fragen nach künstlerischen Prozessen, nach Ausdrucksmöglichkeiten Populärer Musik oder der großen stilistischen Vielfalt in der Populären Musik aus, ohne deren Bedeutung damit negieren zu

[4]Diese Jahre haben wir vor dem Hintergrund der Startzeiten der verschiedenen Streamingdienste ausgewählt: 2000 liegt deutlich vor Einführung der Myspace startete 2005, die beiden größten Anbieter Deezer und Spotify starteten in Deutschland 2011 bzw. 2012.

[5]Es wurden aufgrund der gerichteten Hypothesen einseitige Signifikanztests durchgeführt. Songs, die in den untersuchten Jahren mehrmals in den Daten erfasst waren, gingen entsprechend häufiger in die Rechnung ein, da dies ein signifikanter Hinweis auf ihren Erfolg

[6]Außerdem betrachtete Léveillé Gauvin (2018) als fünften Faktor die Ichbezogenheit des Songtextes, dies ist für unsere Fragestellung jedoch nicht

[7]So ist B. Musikhören die häufigste Freizeitaktivität (Shell 2019).

[8]Diese können hier nur punktuell und beispielhaft angesprochen Aktuelle ausführliche Darstellungen finden sich bei Süß et al. (2018) sowie Tulodziecki et al. (2019).

Literatur

1live (2019). Songs werden immer kürzer. Facebook. Abgerufen am 05.06.2019 von https://www.facebook.com/1LIVE/photos/streaming-ist-ein-grund-warum-songs-immer-kürzer-werden-wie-das-wohl-2029-ausseh/10156037666636831/

Ahlers, M. (2018). Musiklernen und digitale Medien. In M. Dartsch, J. Knigge, A. Niessen, Platz, & C. Stöger (Hrsg.), Handbuch Musikpädagogik. Grundlagen – Forschung – Diskurse (S. 405–410). Münster/New York: Waxmann.

Ahlers, M., & Godau, M. (2019). Digitalisierung – Musik – Unterricht: Rahmen, Theorien und Projekte. Diskussion Musikpädagogik, 82, 4–10.

Bundesverband Musikindustrie (2019): Systembeschreibung der offiziellen deutschen Charts sowie der offiziellen deutschen Airplay-Charts. Version 4.8. Abgerufen am 03.11.2020 von https://www.musikindustrie.de/fileadmin/bvmi/upload/02_Markt-Bestseller/Offizielle_Charts/Dokumente-zum-Download/Systembeschreibung_4_8_FINAL.pdf

Clement, M., Lepthien, A., Kandziora, M., & Meyn, J. (2019). Studie zur Zukunft der Musiknutzung 2018-2020. Ergebnisse der zweiten von sechs Stufen der Panelbefragung. Abgerufen am 03.11.2020 von http://www.miz.org/downloads/dokumente/953/2019_Studie-zur-Zukunft-der-Musiknutzung_Panelbefragung-2.pdf

Feierabend, S., Rathgeb, T., & Reuter, T. (2018). JIM-Studie 2018. Jugend, Information, Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-jähriger. Abgerufen am 03.11.2020 von https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2018/Studie/JIM_2018_Gesamt.pdf

Kaiser, H. J. (1999). Musik in der Schule? Musik in der Schule! Lernprozesse als ästhetische Bildungspraxis. AfS-Magazin, 8, 5–11.

Kedves, J. (2017): Musik-Streaming. 30 Sekunden, die den Pop verändern. Süddeutsche Zeitung. Abgerufen am 03.11.2020 von https://www.sueddeutsche.de/kultur/musik-streaming-30-sekunden-die-den-pop-veraendern-1.3734114

Knolle, N. (2008). Musik im Zeitalter ihrer Digitalisierbarkeit. Musikforum, 3, 8–14.

Kropf, J. (2019): Recommender Systems in der populären Musik. In J. Kropf & S. Laser (Hrsg.), Digitale Bewertungspraktiken. Soziologie des Wertens und Bewertens (S. 127– 163). Wiesbaden: Springer VS.

Lamere, P. (2014). The Skip. Music Machinery. Abgerufen am 03.11.2020 von https://music-machinery.com/2014/05/02/the-skip/

Léveillé Gauvin, H. (2018). Drawing listener attention in popular music: Testing five musical features arising from the theory of attention economy. Musicae Scientiae, 22(3), 291–304.

Liese, J. (2017). Die Angst vor dem Skippen. Bayrischer Rundfunk. Abgerufen am 03.11.2020 von https://www.br.de/puls/musik/aktuell/song-intros-werden-immer-kuerzer-100.html

Ministerium für Schule und Weiterbildung des Landes Nordrhein-Westfalen (MSW) (2012). Kernlehrplan für die Gesamtschule in Nordrhein-Westfalen. Musik. Abgerufen am 03.11.2020 von https://www.schulentwicklung.nrw.de/lehrplaene/lehrplannavigator-s-i/gesamtschule/musik/musik-klp/kompetenzen/index.html

Ministerium für Schule und Weiterbildung des Landes Nordrhein-Westfalen (MSW) (2013). Kernlehrplan für die Realschule in Nordrhein-Westfalen. Musik. Abgerufen am 03.11.2020 von https://www.schulentwicklung.nrw.de/lehrplaene/upload/lehrplaene_download/realschule/KLP_RS_MU.pdf

Mühlinghaus, C. M. (2019). Spotify – Musik für alle, immer und überall? Musikpräferenzen und Musiknutzungsverhalten verschiedener Altersgruppen im Vergleich. Master-Thesis. Bergische Universität Wuppertal.

Münch, T. (2012). Kinder – Medien – Musik. Medien als Instannz der Musiksozialisation im Kindersalter. In B. Busch & C. Henzel (Hrsg.), Kindheit im Spiegel der Musikkultur: Eine interdisziplinäre Annäherung (S. 99–111). Augsburg: Wißner.

Münch, T. (2013). Medien im Musikunterricht. In W. Jank (Hrsg.), Musikdidaktik. Praxishandbuch für die Sekundarstufe I und II (S. 220–228). Berlin: Cornelsen Scriptor.

Pelly, L. (2019). Streambait Pop: The emergence of total Spotify genre. The Baffler. Abgerufen am 03.11.2020 von https://thebaffler.com/downstream/streambait-poppelly

Puffer, G., & Hofmann, B. (2017). FALKO-M: Entwicklung und Validierung eines Testinstruments zum domänenspezifischen Professionswissen von Musiklehrkräften. In S. Krauss, A. Schilcher, A. Lindl, M. Fricke, A. Göhring, B. Hofmann, P. Kirchhoff, & R. Mulder (Hrsg.), Fachspezifische Lehrerkompetenzen (Falko). Entwicklung von Messinstrumenten zum Professionswissen

von Lehrkräften (S. 245–288). Münster/New York: Waxmann.

Robison, W. B. (2012). Eight-and-a-Half Minutes Is a Long, Long Time. In: I. Raymond, I. Schuck & R. Schuck: Do you believe in Rock and Roll? (S. 100–134). Jefferson, NC: Mc Farland.

Rolle, C. (2014). Ästhetischer Streit als Medium des Musikunterrichts. Zur Bedeutung des argumentierenden Sprechens über Musik für ästhetische Bildung. Art Education Research, 5(9).

Rolle, C. (2017). Wie gut können wir über Geschmack streiten? Ästhetisches Urteilsvermögen und musikbezogene Argumentationskompetenz. In M. Schwarzbauer & M. Oebelsberger(Hrsg.), Ästhetische Kompetenzen – nur ein Schlagwort? Dokumentation einer Tagung der SOMA an der Universität Mozarteum Salzburg (S. 127- 146). Wien: Lit.

Ruth, N. (2019). Musik auf Online- und Mobilmedien. In H. Schramm (Hrsg.), Handbuch Musik und Medien (S. 225–252). Wiesbaden: Springer Fachmedien.

Schramm, H. (2008). Praxis der Programmgestaltung. In H. Schramm (Hrsg.), Musik im Radio: Rahmenbedingungen, Konzeption, Gestaltung (146-166). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Shell (2019). Shell Jugendstudie 2019. Häufigste Freizeitaktivitäten. Abgerufen am 03.11.2020 von https://www.shell.de/ueber-uns/shell-jugendstudie/alle-schaubilder-und-grafiken/_jcr_content/par/expandablelist/expandablesection_1315131795.stream/1571048673258/325db-0f28e666f409e-b110be0a517d0e4892ef11/shell-youth-study-infographic-leisure-frequent-leisure-activities.jpg

Spotify (2019a). Company Info. Abgerufen am 03.11.2020 von https://newsroom.spotify.com/company-info/

Spotify (2019b). Spotify. Abgerufen am 03.11.2020 von https://www.spotify.com/de/

Stroh, W. M., & Trappe, C. (2015). Medienkompetenz durch Musikunterricht? Zehn Jahre danach: Moving Sounds. In A. Bense, M. Gieseking, B. Müßgens, & B. Enders (Hrsg.), Musik im Spektrum technologischer Entwicklungen und Neuer Medien: Festschrift für Bernd Enders (S. 389–408). Osnabrück: Electronic Publishing.

Süss, D., Lampert, C., & Trültzsch-Wijnen, C. W. (2018). Medienpädagogik: Ein Studienbuch zur Einführung (3. Auflage). Wiesbaden: Springer VS.

Tulodziecki, G., Grafe, S. & Herzig, B. (2019). Medienbildung in Schule und Unterricht: Grundlagen und Beispiele. Stuttgart: UTB.